REFORMA TRIBUTÁRIA
Arthur Lira acelera a votação da regulamentação, mas caberá ao Senado garantir os avanços previstos

CAMINHOS DA INFLAÇÃO
Alta dos preços desacelera em junho, mas o aumento dos combustíveis e da energia comprometem a meta

PIB DA CANNABIS
O País deixa de gerar negócios de R$ 150 bilhões por ano no mercado de remédios e derivados da erva

ISTOÉ Dinheiro

A volta do mercado de ações ao Rio de Janeiro é considerada pelos especialistas um movimento saudável de competição com a B3 de São Paulo. Há espaço para ainda mais players, desde que a economia engate e permita a retomada dos IPOs

QUAL É O ESPAÇO DA BOLSA CARIOCA?

REFORMA TRIBUTÁRIA: A HORA DA VERDADE

Depois de vários meses de suspense, a Reforma Tributária finalmente entrou em sua reta final na última quarta-feira (10), com a votação da sua regulamentação. Aprovada por meio de emenda constitucional em dezembro passado, a mudança mais radical nos impostos em mais de meio século ainda dependia dessa aprovação. A negociação era decisiva, já que diversos grupos de pressão se dedicaram no primeiro semestre a um embate nos gabinetes do Congresso a fim de diminuir a tributação para determinados setores ou regiões. Além disso, havia o temor de que a antecipação da disputa pela sucessão nas presidências da Câmara e do Senado contaminasse as discussões e atropelasse o processo, o que de fato quase aconteceu quando Arthur Lira anunciou a pulverização da relatoria em diversos líderes.

Mas o ministro Fernando Haddad enviou, afinal, o projeto de regulamentação principal em abril (PLP 68/2024). Aparentemente essa demora se deveu ao pente fino que a pasta e a equipe envolvida na reforma, liderada pelo economista Bernard Appy, fizeram nas centenas de itens que vão normatizar os impostos para evitar inconsistências e, principalmente, garantir que o valor final do IVA, o imposto unificado, não excedesse 26,5%. Uma providência importante já que essa alíquota, espantosa em si, confirma que a população brasileira paga um dos impostos mais altos do planeta. Conceder mais privilégios reproduziria as injustiças tributárias que asfixiam as empresas e travam a economia.

Grande parte das pressões deveria ser contornada nas votações esperadas até a véspera do recesso legislativo, mantendo o espírito da reforma. Assim, ela pode preservar seus princípios: acabar com a guerra fiscal, combater a sonegação, eliminar a penalização de produtos de alto valor agregado e cadeias complexas de produção (como a indústria), trazer transparência e unificar os tributos, suprimindo o labirinto kafkiano de leis. Isso, sem aumentar a carga tributária que é estimada em 34,5%, segundo a OCDE, uma das mais altas da América Latina e desproporcional ao que os países emergentes aplicam.

Ainda que os avanços sejam inegáveis, a briga nos bastidores colocou alguns desses fundamentos em risco. Curiosamente, uma das pressões uniu o presidente Lula e a bancada do agronegócio, que desejavam eliminar a taxação de carnes na cesta básica. O mandatário tentou preservar sua bandeira social enquanto o setor mais identificado com o bolsonarismo desejava turbinar os negócios. Coube ao ministro Fernando Haddad e ao presidente da Câmara, afinal, reverterem de última hora essa manobra, preservando uma das boas ferramentas da reforma: a concessão desse benefício via cashback (devolução) para os mais pobres.

Mesmo que algumas mudanças tenham sido saudáveis no relatório liderado pelo deputado Reginaldo Lopes (PT), como a ampliação da redução de impostos em medicamentos aprovados pela Anvisa, outros dispositivos temerários poderiam ser aprovados no plenário, como a facilitação do comércio de armas, que escapariam do imposto seletivo, criado justamente para coibir produtos nocivos à saúde (e à vida, pode-se acrescentar). As negociações sobre esse "imposto do pecado", no final, foram algumas das mais difíceis e sujeitas a incongruências. Tudo ainda pode ser reformado, no bom sentido, no Senado. Mas o próprio fato de o novo arcabouço tributário finalmente avançar, após décadas de tentativas frustradas, já é um sinal revigorante para o ambiente altamente polarizado e disfuncional da política brasileira. Modernizar o País, afinal, é possível, como as recentes comemorações dos 30 anos do Plano Real lembraram.

Marcos Strecker
Diretor de Núcleo

 FOTOS: CLAUDIO GATTI I WASHINGTON COSTA I DIVULGAÇÃO

Índice

DIPLOMACIA

LULA PÕE NA EUROPA CULPA POR FRACASSO EM ACORDO

O presidente Lula, durante a cúpula do Mercosul, tratou de jogar o insucesso do acordo comercial entre o bloco sul e a União Europeia nos países do velho continente. "Só não concluímos o acordo com a União Europeia porque eles ainda não conseguiram resolver suas próprias contradições internas", disse Lula à cúpula de chefes de Estado do Mercosul, em Assunção, ao falar sobre as conquistas do bloco sul-americano durante a presidência do Brasil no ano passado. O acordo entre UE e Mercosul vem sendo negociado há mais de 20 anos. Em 2019, os blocos chegaram a assinar uma versão, que não foi ratificada, em meio à difícil relação do governo Jair Bolsonaro com os europeus, ao aumento do desmatamento e ao não cumprimento de regras ambientais pelo Brasil. As negociações foram reabertas em março de 2023, mas geraram novos embates. De um lado, o presidente Lula passou a criticar o bloco europeu pelas exigências ambientais.De outro, o presidente francês Emmanuel Macron se tornou uma voz cada vez mais frequente contra o acordo, em meio a protestos de agricultores locais, que se opõem à entrada de produtos agrícolas da América do Sul na França. Desde o início da presidência paraguaia no Mercosul, em dezembro, as negociações pelo acordo estão paralisadas. Agora, com o avanço da ala progressista no Legislativo francês, e no novo premiêr português, Lula espera que as negociações avancem de novo. No meio do turbilhão, a ausência de Javier Milei, presidente da Argentina, que declinou o convite à cúpula para participar de um evento de extrema-direita em Santa Catarina, foi lateralizada. "É uma bobagem imensa um presidente de um país importante como a Argentina não participar de uma reunião com o Mercosul. É triste, é triste para a Argentina."

ESTADOS UNIDOS

Powell fala, real respira

A inflação "permanece acima" da meta de 2% do Federal Reserve dos Estados Unidos, mas tem melhorado nos últimos meses e "mais dados bons fortaleceriam" o argumento para cortes nas taxas de juros do banco central, disse na terça-feira (9) o chair do Fed, Jerome Powell, em depoimento ao Congresso. Em comentários que pareciam demonstrar uma fé crescente de que a inflação retornará à meta do Fed — um requisito para a flexibilização da política monetária –, Powell comparou a falta de progresso nessa frente nos primeiros meses do ano com a melhoria recente que ajudou a construir a base de confiança de que as pressões sobre os preços continuarão a diminuir. Com a fala dele, a cotação das moedas, em especial dos países emergentes, arrefeceu. No Brasil, a divisa norte-americana ficou abaixo dos R$ 5,40 após o posicionamento de Powell.

PESQUISA

População está mais otimista com a economia

Ainda que as falas do presidente Lula tenha mexido com o mercado financeiro, ao que tudo indica, a população tem sentido uma melhora na economia. Pelo menos é o que revela uma Pesquisa da Quaest, divulgada na quarta-feira (10). O avanço foi maior entre os brasileiros que ganham até dois salários mínimos. Nesse grupo, a parcela dos eleitores que avaliam que a economia melhorou nos últimos 12 meses foi de 33%, em maio, para 37% em julho. A fatia que vê uma piora nesse período passou de 28% para 24%, com o isso o governo tem a melhor avaliação de 2024. A margem de erro é de 4 pontos percentuais, para mais ou para menos. Nas outras duas faixas de renda pesquisadas (de 2 a 5 salários mínimos e mais de 5 salários mínimos), a percepção de que a economia piorou nos últimos 12 meses segue maior.

FOTOS: RICARDO STUCKERT/PR I FLICKR I ISAC NÓBREGA/PR I LULA MARQUES/ AGÊNCIA BRASIL

AEROPORTOS

Brasil decola bem

Dois aeroportos brasileiros estão entre os 10 melhores do mundo, segundo o ranking internacional AirHelp Score. O aeroporto Presidente Juscelino Kubitschek, de Brasília, e o aeroporto Val-de-Cans, de Belém, ocupam a quinta e a nona posição, respectivamente. A edição de 2024 do ranking avaliou 239 aeroportos em 64 países, com base na opinião de 17,5 mil clientes. A pontuação, que varia de 0 a 10, considerou critérios como pontualidade, satisfação do cliente com os serviços gerais e qualidade das lojas e restaurantes. No topo da lista estão o Aeroporo de Hamad, no Catar, com nota 8,52 e o terminal da Cidade do Cabo, na África do Sul, com nota 8,50.

BALANÇO

Vendas em shopping decepcionam

Apesar do nível de emprego em alta e da inflação reduzida, as vendas nos shoppings não estão reagindo. Pelo menos é o que afirma Glauco Humai, presidente da Abrasce. "O momento é estranho. A economia brasileira em geral vai bem. Os números operacionais da indústria de shoppings também estão bons, mas as vendas estão andando de lado." As vendas nos malls em maio tiveram alta nominal (sem descontar a inflação) de 1,5% sobre um ano antes. Já o tíquete médio foi de R$ 121,55, recuo de 6% em relação ao mesmo mês do ano anterior. No acumulado do ano, as vendas da indústria tiveram queda nominal de 0,4%, segundo dados da entidade. "Não tem nada de mal, mas as vendas andam meio 'café com leite'."

INVESTIGAÇÃO

Bolsonaro: do auge à ruína pelo WhatsApp

Há alguns momentos na política brasileira em que ironia respinga da comédia e tragédia na mesma proporção. E a saga do ex-presidente Jair Bolsonaro e as supostas joias do Estado que foram vendidas no exterior parece um caso desses. De acordo com a investigação da Polícia Federal, o capitão da reserva tinha conhecimento da tentativa de leiloar as peças fora do País. Para a PF, a tentativa de desvio de bens recebidos pelo governo envolvia R$ 6,8 milhões. E aqui começa a ironia. Segundo a PF, o principal indício de que Bolsonaro sabia da operação é uma troca de mensagens entre o então presidente e o tenente-coronel Mauro Cid, seu ajudante de ordens e também indiciado.Na mensagem, Cid encaminha um link pelo WhatsApp com informações a respeito de um leilão, e Bolsonaro responde: "Selva". De acordo com os policiais, o termo é uma saudação tradicional no Exército e significa concordância ou anuência – algo como um "ok" ou um "tudo certo".

ERRATA

Diferentemente do publicado na reportagem *Fôlego para a Construtora Odebrecht*, na edição 1383, o valor correto do total de financiamento para socorrer a Odebrecht Engenharia e Construção, OEC, é de R$ 650 milhões.

"ACHO RECOMENDÁVEL QUE O DEBATE SOBRE UM INCREMENTO DA AUTONOMIA DO BANCO CENTRAL SEJA FEITO DE FORMA MAIS APROFUNDADA E ALONGADA"

RODRIGO PACHECO, presidente do Senado

FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)

EDITORA
CATIA ALZUGARAY

PRESIDENTE-EXECUTIVO
CACO ALZUGARAY

DIRETOR EDITORIAL
CARLOS JOSE MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO
MARCOS STRECKER

REDATOR-CHEFE
HUGO CILO

EDITORES: Alexandre Inacio, Beto Silva e Paula Cristina
REPORTAGEM: Aline Almeida, Allan Ravagnani, Jaqueline Mendes e Letícia Franco

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Iara Spina
ILUSTRAÇÃO: Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
WEB DESIGNER: Alinne Nascimento Souza

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE - Contato: publicidade1@editora3.com.br

Diretora de Publicidade: Débora Liotti - deboraliotti@editora3.com.br; **Gerente de Publicidade:** Fernando Siqueira - Publicidade1@editora3.com.br; **Secretária da diretoria de publicidade:** Regina Oliveira - reginaoliveira@editora3.com.br; **Diretor de Arte:** Pedro Roberto de Oliveira - **Contato:** publicidade@editora3.com.br

ARACAJU – SE: Pedro Amarante · Gabinete de Mídia · Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – **BELÉM – PA:** Glícia Diocesano · Dandara Representações · Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – **BELO HORIZONTE – MG:** Célia Maria de Oliveira · 1a Página Publicidade Ltda. · Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –**FORTALEZA – CE:** Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – **GOIÂNIA –GO:** Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 – **PORTO ALEGRE – RS:** Roberto Gianoni, Lucas Pontes · RR Gianoni Comércio & Representações Ltda · Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 -
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão e acabamento: D'ARTHY Editora e Gráfica Ltda. Rua Osasco, 1086 - Guaturinho, CEP 07750-000 Cajamar - SP

O BOM FILHO À CASA TORNA

Analistas de grandes bancos de investimentos avaliaram como positiva a compra de 16,6% do Shopping RioSul pela Iguatemi S.A, em um investimento de R$ 360 milhões. Com isso, a companhia retorna à capital carioca depois de oito anos, quando se desfez de sua participação no Iguatemi da Tijuca. Suas outras unidades estão espalhadas pelos estados de São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e DF.

Embora com uma participação minoritária, na prática, o Iguatemi terá maior influência na operação, porque será responsável pela administração do empreendimento. Mais ainda, a compra está sendo feita em parceria com um fundo imobiliário do Banco do Brasil, o BB Premium Malls, que com um investimento de R$ 790 milhões está levando 33,3% do RioSul. Detalhe: O Iguatemi, como consultor imobiliário desse fundo, faz as indicações dos ativos para a carteira.

Também foi bem vista pelo mercado a opção do Iguatemi para financiamento da compra de parte do shopping fluminense. A empresa vendeu sua participação no Iguatemi São Carlos e uma fatia de 18% no Iguatemi Alphaville, e com os recursos cobrirá a maior parte da operação. Na análise de investidores, a troca de ativos pode beneficiar a empresa, já que o RioSul tem potencial de maior valorização.

O controle de 50,1% do RioSul ficou com a Combrashop, uma holding de quatro famílias que eram acionistas do shopping desde sua fundação.

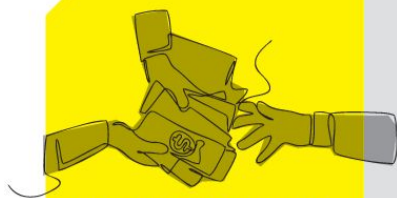
VIDA MAIS **DOCE**, MAS SEM **AÇÚCAR**

Ampliar a produção, investir fortemente em inovação, diversificar os produtos, mas sem romper o compromisso com a saúde e o bem-estar dos consumidores. Essas são as armas da Lightsweet para ampliar sua participação de mercado. A Lowçucar, sua marca mais popular, que detém uma fatia estimada em 46% no segmento de alimentos sem açúcar, está presente em mais de 50 mil pontos de venda em todo o Brasil, prevê um crescimento de 25% em 2024. Baseada em estudos que indicam preocupação crescente com a qualidade da alimentação, especialmente entre os jovens, segundo seu diretor-executivo, **Cezar Couto**, a empresa lançou uma linha de chocolates sem adição de açúcar, lactose e glúten e vem modernizando seu parque fabril, no Paraná.

THE LED ILUMINA A **PUBLICIDADE DIGITAL**

EM MARES **PROFUNDOS**

Atuando em engenharia submarina para o setor de petróleo e gás, a Seagems completa 10 anos de operação. É uma companhia 100% brasileira e parte de uma joint venture entre duas multicionais de expressão em seus segmentos: a Sapura Energy Behard e a Paratus Energy Services Ltd. Com uma frota composta de seis navios, a empresa detém 36% do mercado nacional de projetos de interligação e manuseio de dutos flexíveis submarinos. Suas embarcações são voltadas integralmente para atender demandas da Petrobras, com operações contratadas até 2028, e entrada de US$ 1,8 bilhão em suas receitas ao longo desse período, pontua **Rogerio Salbego**, CEO da companhia. A Seagems tem a maior parte de suas operações na área do pré-sal brasileiro, com 80% das atividades nas Bacias de Santos e Campos. Com seu compromisso na agenda de sustentabilidade, recebeu a certificação do Selo de Sustentabilidade Brasil Mata Viva — do setor de Óleo e Gás.

A The Led, líder no mercado em soluções com painéis de LED no País e detentora de fatia relevante no setor de publicidade digital (Out of Home, OOH), projeta um crescimento de 70% este ano. A estimativa vem calçada na entrada de recursos decorrentes da emissão de debênture de R$ 25 milhões com vencimento em 2029. Valor que será destinado a novos projetos para ampliar a presença no mercado de comunicação visual digital com painéis de LED, segundo **Richard Albanesi**, fundador e CEO da empresa. Tem o reforço ainda de sua carteira de clientes em que estão JHSF, Multiplan, Allos, Neooh, Kalas e Eletromidia. “Reiteramos o plano de investir R$ 100 milhões este ano para superar os R$ 80 milhões realizados em 2023”, afirmou Albanesi.

ENVELHECIMENTO INVISÍVEL

EM NOVO ESTUDO, ‘INVESTIMENTOS SOCIAIS PRIVADOS E A LONGEVIDADE’, A FUNDAÇÃO DOM CABRAL REVELA A INVISIBILIDADE DA PAUTA DO ENVELHECIMENTO E CHAMA A ATENÇÃO PARA O BAIXO NÍVEL DE INVESTIMENTOS EM PROGRAMAS DESTINADOS À POPULAÇÃO 60+. NO USO DAS LEIS FEDERAIS DE INCENTIVO FISCAL, APENAS 26% DOS RECURSOS FORAM CANALIZADOS PARA ESSE SEGMENTO, AO MESMO TEMPO EM QUE A POPULAÇÃO IDOSA CRESCE RAPIDAMENTE. SEGUNDO O IBGE, SÃO MAIS DE 36 MILHÕES DE BRASILEIROS NESSA FAIXA ETÁRIA E, EM 2050, O BRASIL SERÁ O SEXTO PAÍS MAIS VELHO DO MUNDO.

ESCOLHAS DAS EMPRESAS

Lei Rouanet/Lei de incentivo a cultura	62%
Lei de incentivo ao esporte	54%
Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente (FNCA)	26%
Fundo Nacional do Idoso	26%
Lei do Audiovisual	10%
Programa Nacional de Apoio a Atenção Oncológica (Pronon)	8%
Programa Nacional de Apoio a Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas)	5%
Doação para Entidades caracterizadas como OSC	3%
Outras Leis Federais	5%

"Não pedimos menos impostos, apenas regras claras e sem aumentos"

Fabricantes de cerveja se adiantam nos debates da Reforma Tributária para evitar que o 'imposto do pecado' penalize o setor

Allan RAVAGNANI

 FOTO: DIVULGAÇÃO

As cervejarias brasileiras andam bastante atentas aos debates em torno da regulamentação da Reforma Tributária, participando, inclusive, das discussões no grupo de trabalho responsável pelo modelo de cobrança do imposto seletivo na Câmara dos Deputados. A participação ativa do setor nesses grupos visa evitar um aumento na carga tributária sobre o produto, que já é de 56%, sendo o maior da América Latina, e que pode crescer ainda mais se algumas propostas forem adiante. No País, a indústria cervejeira gera 2,5 milhões de empregos diretos e indiretos. São R$ 27 bilhões pagos em salários e mais de R$ 50 bilhões em impostos por ano. Em 2023, foram produzidos mais de 15,4 bilhões de litros em quase 2 mil cervejarias em todo o território nacional. Márcio Maciel, presidente do Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), falou à DINHEIRO que o setor já trabalha com as margens muito pressionadas e que, diante da concorrência, grandes cervejarias trabalham no limite para não repassar os aumentos de custo ao consumidor.

As outras preocupações do segmento com a reforma pairam sobre o risco de uma bitributação durante o período de transição de regimes (entre 2027 e 2032) e também com a aprovação de uma proposta que trate com isonomia as bebidas alcoólicas importadas com as nacionais, que fariam o Brasil nivelar a taxação entre bebidas com maior e menor teor alcóolico. Atualmente, a incidência de impostos varia de acordo com o teor da bebida. Quanto mais álcool, mais imposto.

DINHEIRO — Quais são os pontos de maior preocupação do setor nas discussões da Reforma Tributária?

MÁRCIO MACIEL — Primeiro é importante ressaltar que nós defendemos a Reforma Tributária e a simplificação dos impostos. Para se ter uma ideia, nosso setor está presente em todos os municípios e nos 27 estados do País. Isso significa que eu tenho que lidar com 27 ICMS diferentes, nós vivemos isso no dia a dia, então qualquer mudança que traga racionalidade para o sistema, menos custo de compliance tributário, que é altamente ineficiente, nós apoiaremos. Temos uma associada, uma grande cervejaria, que em seu departamento de tributos tem três vezes mais gente empregada do que no departamento de inovação e marketing. Era para ser ao contrário. Mas respondendo a sua pergunta, o que a gente defende é uma simplificação e uma garantia de que não aumentem os impostos. Não estamos pedindo para diminuir, para colocar cerveja como item da cesta básica. Apenas que haja um desenho que permita e garanta que não haverá aumento de carga tributária.

> Tem cervejaria que possui três vezes mais funcionários trabalhando com tributos do que nas áreas de inovação e marketing. Era para ser o contrário

E quais são as mudanças que o setor defende?

São três as mudanças defendidas pelo setor cervejeiro: a primeira delas é a incidência do imposto seletivo conforme o conteúdo alcoólico da bebida, de maneira progressiva, permitindo a diferenciação entre bebidas de acordo com a nocividade de cada uma, em consonância com as melhores práticas internacionais. Ou seja, bebida com maior teor alcóolico paga maior imposto seletivo, que é um imposto feito para inibir o consumo de produtos que fazem mal à saúde. A segunda é a necessidade de um mecanismo para que não haja dupla cobrança durante o período de transição para o novo regime tributário. O IVA vai substituir o ICMS, mas ao longo de cinco anos (entre 2027 e 2032) o IVA e o ICMS vão coexistir, então o nosso medo é que haja uma cobrança dos dois (ICMS e IVA), a bitributação. E, por fim, a necessidade de um tratamento especial para pequenos produtores, que precisam estar fora do imposto seletivo para garantir o crescimento contínuo e sustentável de seus negócios.

Mas o atual imposto seletivo, o IPI, já faz essa diferenciação de cobrança por teor alcóolico, não faz?

Sim, atualmente é assim. Essa é a lógica no Brasil, o IPI faz isso, tributa cerveja em 3,9%, vinho em 8%, vodca em 17%, e por aí vai. O IPI tributa o produto, mas o imposto do pecado vai tributar o álcool. Ele é um imposto regulatório para mudar comportamentos. Eles querem tributar para desencorajar, então é para tributar mais quem faz mais mal para a saúde. Isso tem seu lado ruim para o consumidor, que vai ter o produto mais caro. No entanto, estimula a inovação. Na cerveja, por exemplo, criaram a cerveja zero. Se eu pago mais para fazer produto com mais álcool, vou querer inovar cada vez mais para ter produtos com menos álcool.

E quem está contra essa medida de taxação progressiva?

Os importadores de destilados estão contra a gente nesse pedido. Eles falam que "álcool é álcool" e pedem isonomia na cobrança. Mas a gente acredita que não pode haver isso, pois são produtos diferentes, não dá pra ter isonomia. O setor cervejeiro paga impostos, gera 2,5 milhões de empregos, enquanto entre os destilados não existe uma produção massiva no Brasil, e mesmo assim eles querem pagar uma alíquota igual de quem produz e faz produtos de menor teor alcoólico. Isso não funciona em nenhum lugar do mundo, indo inclusive contra as recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Quais são as melhores práticas internacionais?

São justamente as que Brasil adota hoje. De taxar mais os produtos mais nocivos à saúde. Esse é o modelo padrão interna-

cional, recomendado por todos os órgãos de saúde. Criar um modelo inusitado, cobrando impostos iguais para bebidas diferentes, terá impactos pesados na saúde pública. A saúde deve vir sempre em primeiro lugar. Para você ver, o México, que é o país da Tequila, adota esse modelo, os Estados Unidos, do Bourbon, também, assim como Reino Unido, Rússia, inclusive. A Rússia é um caso de sucesso, quando eles adotaram esse modelo progressivo, no final dos anos 90, houve uma redução de mortes causadas por intoxicação com álcool de 100 mil para 30 mil ao ano.

Quais são os maiores riscos caso haja uma elevação nos impostos da cerveja?

A gente não tem esse número exato, estamos testando várias alíquotas. Os estudos de impacto ainda estão em andamento, mas não vamos falar de fechamento de fábricas ou de demissões por enquanto. Vamos falar de investimentos. Aumentar a carga tributária vai afastar investimentos no setor. A Heineken está construindo sua fábrica mais tecnológica do mundo em Passos (MG), é o maior investimento do mundo da Heineken. É disso que falamos, as empresas precisam se planejar, e um cenário de incertezas afasta novos investimentos, ou pelo menos os adia. Além disso, estamos no limite dos impostos, o setor já está muito próximo à "curva de Laffer" de tributação, que mede a relação entre a alíquota cobrada e a capacidade de arrecadação do tributo. Ou seja, o modelo demonstra haver um limite para aumentar o imposto gerando crescimento da arrecadação. Vários estados elevaram o ICMS recentemente, então com certeza deverá haver revisão de investimentos por parte das grandes empresas.

As grandes cervejarias já não repassam o aumento dos custos ao consumidor?

Repassar o aumento para o consumidor ou não faz parte da estratégia comercial de cada empresa, mas o que eu posso dizer é que as cervejarias brasileiras fazem tudo o que for possível para não aumentar o preço, pois são mais de 60 mil marcas de cervejas no País. É um mercado muito competitivo, no qual o consumidor é muito sensível ao preço. As companhias fazem malabarismo para tentar comprimir as margens e evitar repassar o custo ao consumidor. Para se ter uma ideia, durante a pandemia de Covid-19, 70% dos aumentos de custos das cervejas foram absorvidos pelas empresas, não foram repassados. Foi absorvido com muito custo, e o limite para esse tipo de ação está cada vez mais estreito.

> São mais de 60 mil marcas de cervejas no País. É um mercado muito competitivo, no qual o consumidor é muito sensível ao preço

Mas a venda aumentou na pandemia...

Sim, o volume de produção e as vendas aumentaram. De fato, teve uma transferência do consumo nos bares para o consumo em casa, com as compras feitas em supermercados, além das vendas diretas e deliveries que bombaram. Mas o brasileiro adora um bar, é um lugar que o consumidor gosta muito, e está havendo uma tendência crescente de retomada do consumo nos bares.

E as pequenas cervejarias?

Pergunta importante. Sobre as pequenas, o Sindicerv tem muitas pequenas associadas, mas a associação principal desse segmento é a Abracerva, que trabalha conosco em muitos casos, e eles dizem que se houver qualquer aumento de impostos, as pequenas cervejarias correm o risco de fechar as portas. Então elas podem estar em risco sim, mas a gente só vai saber disso exatamente quando o desenho do Projeto de Lei Complementar que vai taxar o setor estiver pronto, talvez no segundo semestre ou no início de 2025. Para se ter uma ideia, 77% dos entrevistados de pesquisa recente do Guia da Cerveja apontaram que a carga tributária elevada é o principal desafio enfrentado pelos produtores. Então a gente defende que haja uma isenção do imposto seletivo para essas pequenas produtoras, ou ao menos que elas tenham um tratamento diferenciado, faixas de cobrança diferenciadas. Por exemplo, quanto menor for a produção, maior o desconto do imposto seletivo. Aí o imposto teria várias faixas de desconto de acordo com a produção, e quando chegar a cinco milhões de litros por ano, já pode cobrar 100% da alíquota. E isso não é uma invenção minha ou das associações. É uma diretriz da União Europeia. Eles praticam esse modelo no qual quem é pequeno tem um tratamento diferenciado, é assim na Bélgica, na Alemanha, grandes países cervejeiros.

O que mudou na indústria cervejeira brasileira nas últimas décadas?

O Brasil avançou muito quando se fala de cerveja. Saímos do papel de meros apreciadores para nos tornarmos maiores do que a Europa em número de marcas registradas: mais de 60 mil. Passamos de degustadores de bebidas importadas para exportadores internacionalmente reconhecidos pela qualidade. Produzimos cada vez mais, melhor e com maior diversidade de sabores, texturas e até de teores alcóolicos, mostrando que a inovação está no nosso DNA. A cerveja em si não nasceu no Brasil, mas a cada ano o Brasil transforma e inova na forma de fazer cerveja. Que ao final da Reforma Tributária possamos celebrar decisões sintonizadas com o que há de melhor em experiências internacionais, sem jabuticabas que podem provocar consequências desastrosas para toda a cadeia produtiva.

POR ALLAN RAVAGNANI

Eletrobras e Suzano se unem na produção de hidrogênio verde

A Eletrobras, maior empresa de energia elétrica da América Latina, e a Suzano, maior produtora mundial de celulose, firmaram parceria para o desenvolvimento de soluções sustentáveis a partir do aproveitamento de CO2 biogênico gerado em Unidade de Produção da Suzano. O acordo em torno do uso de matérias-primas renováveis prevê a evolução de estudos conjuntos para a produção de hidrogênio renovável e combustíveis sintéticos, visando, por exemplo, a substituição de combustíveis fósseis em diversos modais logísticos. As discussões entre as duas gigantes para a assinatura do memorando de entendimento tiveram início no segundo semestre de 2023. A evolução das pesquisas estabelecerá a viabilidade técnica e econômica para a construção de uma unidade de produção de combustíveis sintéticos. A produção a partir de CO2 biogênico e hidrogênio renovável é uma rota que apresenta demanda potencial e escalabilidade. O CO2 biogênico gerado a partir da queima de biomassa e licor negro provenientes do processo de produção de celulose nas fábricas da Suzano pode ser capturado e misturado com o hidrogênio renovável, gerado a partir da eletrólise da água, para produzir combustível sintético e limpo, em especial o e-metanol. A parceria reafirma o compromisso da Eletrobras com a transição energética, com o desenvolvimento sustentável, com a inovação e a excelência. Além do acordo com a Suzano, a Eletrobras formalizou recentemente memorandos de entendimento com outras empresas e com governos estaduais para a produção de hidrogênio renovável no Brasil. A Suzano tem forte atuação no mercado de energia verde e é referência global na fabricação de bioprodutos.

AMAZÔNIA

PREMIO DE US$ 10 MILHÕES PARA PROJETO QUE MAPEAR BIODIVERSIDADE

A fase final do XPRIZE Rainforest, com premiação de US$ 10 milhões, vai reconhecer a mais importante inovação tecnológica voltada para o monitoramento e preservação da biodiversidade tropical. O vencedor será anunciado no Glocal Rio 2024, que acontece no Rio de Janeiro durante o G20 Social, em novembro. Ao longo dos últimos quatro anos, 800 equipes, de 70 países, foram desafiadas a desenvolver novas tecnologias que incluem o sequenciamento de material genético ambiental, robótica terrestre e inteligência artificial na busca de soluções sustentáveis para a preservação das florestas. O XPRIZE é patrocinado pelo Instituto Alana, ecossistema de organizações de impacto socioambiental que inspira um mundo melhor para as crianças.

FULL TREE

REFLORESTAR INVESTE EM **EFICIÊNCIA ENERGÉTICA**

A Reflorestar Soluções Florestais, única empresa prestadora de serviços no País que fornece uma solução totalmente mecanizada em todas as etapas da cadeia de produção florestal, tem se destacado em iniciativas que visam reduzir o consumo de combustíveis e emissões de CO_2. Desde 2021, a empresa investiu R$ 37,7 milhões em máquinas e implementos mais modernos e eficientes. Esses investimentos resultaram em uma redução significativa no consumo de diesel e nas emissões de CO_2. Estas iniciativas proporcionaram um aumento na produtividade do sistema Full Tree ao longo dos anos. Em 2023, a Reflorestar alcançou uma média de 127,55 m³/h, superando a marca de 2021 que estava em 107,96 m³/h. A projeção para 2024 é mais otimista, com estimativa de 140,17 m³/h.

MENOS PLÁSTICO

AVEIA QUAKER ORGÂNICA MUDA EMBALAGEM INTERNA

A PepsiCo Brasil iniciou um projeto para a redução do uso de plástico virgem nas embalagens da aveia QUAKER®. Após dois anos de estudos e atuação de cientistas do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento do Brasil, localizado em Sorocaba (SP), e do time global de embalagens, a companhia implementou uma nova embalagem interna feita de papel na sua linha de aveias orgânicas. Para isso, foi desenvolvido um material que garante o frescor e a qualidade da aveia, além da segurança do alimento e o prazo de validade. A inovação já pode ser conferida pelos consumidores nos supermercados de todo o País. O processo de desenvolvimento do novo pacote interno em papel incluiu diversos testes de materiais e até uma adaptação dos equipamentos da fábrica da aveia, que resultaram em uma embalagem resistente à umidade.

LOGÍSTICA REVERSA

CASAS BAHIA COLETA **23 TONELADAS DE LIXO** ELETRÔNICO

O Grupo Casas Bahia divulgou seu relatório de sustentabilidade e apresentou o balanço do Reviva, projeto de coleta de resíduos recicláveis com mais de 10 anos de existência e referência no varejo brasileiro. Só no ano passado, a companhia recolheu 10,7 toneladas de resíduos eletroeletrônicos, número 128% maior comparado a 2022. Considerando desde 2019, quando o programa iniciou a coleta de eletroeletrônicos, mais de 23 toneladas de resíduos foram coletados. Em 2023 gerou cerca de R$ 653,5 milhões com a revenda de 785,6 mil peças reutilizáveis.

Pan American Energy abre parque eólico na Bahia

A Pan American Energy inaugurou, no último dia 3, o Complexo Eólico Novo Horizonte, o primeiro empreendimento da empresa no Brasil que reúne 10 parques eólicos com investimento de R$ 3 bilhões. Localizado na Bahia, o Complexo Eólico Novo Horizonte é o maior da empresa no mundo, ocupa uma área de 2,7 mil hectares e abrange seis municípios, com um total de 94 aerogeradores distribuídos em 10 parques, o suficiente para abastecer até um milhão de residências no País. Segundo o CEO, Marcos Bulgheroni, a empresa busca ser protagonista do processo de transição energética na região e o lançamento deste complexo eólico significa um passo concreto nessa direção. O sistema de transmissão incluiu a construção de uma nova subestação própria de energia ao longo de 80 quilômetros de linhas de alta tensão, além da ampliação da subestação.

RICARDO VOLTOLINI
É CEO DA IDEIA SUSTENTÁVEL, FUNDADOR DA PLATAFORMA LIDERANÇA COM VALORES, MENTOR E CONSELHEIRO DE SUSTENTABILIDADE

ESG: CONVICÇÃO, CONVENIÊNCIA OU CONSTRANGIMENTO?

Pioneiro na estrada que nos trouxe ao ESG, Fabio Barbosa, hoje CEO da Natura&CO, costumava dizer que há dois modos de uma empresa incorporar a sustentabilidade ao negócio: convicção ou conveniência. No primeiro caso, a organização se move por um conjunto de crenças e valores afinados com o conceito mais visceral de sustentabilidade. É um impulso natural de dentro para fora. Tem a ver com a cultura. Está no seu jeito de ser e estar no mundo.

No segundo caso, o que motiva a empresa é uma percepção mais utilitária de que se o tema adiciona valor ao negócio, porque assim querem os consumidores e a sociedade, não se pode "fazer menos" do que o concorrente. É uma dinâmica artificial de fora para dentro. Diz respeito à competição. Encontra-se na epiderme do discurso organizacional.

Recentemente, Fabio acrescentou à tríade um terceiro "C": o do constrangimento. Muitas empresas, lembra, estão sendo forçadas por clientes de todo porte a terem estratégias de sustentabilidade sob o risco de perderem contratos. Como é pressão, a corrente gira de fora para dentro. Resulta de instinto de sobrevivência. Faz-se o mínimo para atender, às vezes com choradeira, o protocolo exigido pelo parceiro.

> **" Muitas empresas estão sendo forçadas por clientes a terem estratégias de sustentabilidade sob o risco de perderem contratos "**

Para Fabio, importa pouco a motivação desde que as empresas transformem intenção em ação. Penso igual, na essência. Mas com uma ressalva importante: quanto mais legítima é a ação, mais diferença costuma fazer para as partes interessadas. Maior é a mudança no jeito de pensar e fazer negócios – o que deveria ser, a rigor, a primeira aspiração de toda empresa que quer ser mais sustentável, não porque o concorrente faz ou o cliente exige, mas por ser o certo a se fazer pela sociedade e planeta.

Como não existe ação legítima sem intenção genuína (na origem latina, "natural", "não imposta"), o quociente de verdade (do grego alethea, o "não-escondido") tende a determinar o nível de confiança dos stakeholders em relação à estratégia de ESG de uma empresa. E, por consequência, o grau de valor que pode gerar para a empresa.

A verdade é o espinafre do ESG. Isso explica porque, em busca da confiança que só ela produz, o mercado valoriza, numa ponta, a unificação dos padrões de dados de sustentabilidade, a dupla materialidade e o relatório auditado por terceira parte; e, na outra, repudia os planos capengas de net zero, as boas intenções climáticas não atreladas a nenhum plano de ação e as narrativas verborrágicas criadas para disfarçar a incoerência e a falta de vontade de mudar. O greenwashing é a criptonita do ESG.

Se a verdade é condição para ser genuíno (o "não imposto"), ela representa uma força cuja potência só pode ser extraída do movimento de dentro para fora. Viceja mais no campo da convicção, porque deriva da consciência. Germina mais em culturas baseadas em virtudes como justiça, integridade, cuidado, respeito, diversidade, espírito de servir e transparência

Isso significa que a ação de uma empresa que entrou na sustentabilidade pela porta da conveniência ou do constrangimento nunca será genuína? Não, claro que não. Muito embora, segundo minha experiência, nessas duas circunstâncias, observa-se menor compromisso com metas, mais falta de vontade de enfrentar dilemas, líderes mais vacilantes e um olhar de negócio mais desatento para impactos socioambientais.

Tudo depende de quão aberta a empresa está para rever profundamente suas intenções. E do quanto suas intenções estão ligadas a princípios de justiça e humanidade que gostamos de admirar em indivíduos decentes. Depende do nível de evolução de consciência dos seus líderes. Depende do que estão dispostos a renunciar no curto prazo em nome de uma visão de mundo mais propositiva para as próximas gerações. S

A TEMPESTADE TRIBUTÁRIA VAI AO SENADO

APROVAÇÃO DA PRIMEIRA PARTE DAS REGULAMENTAÇÕES AUMENTA ISENÇÃO PARA ALIMENTOS E REMÉDIOS, E CRIA TRAVA DE LIMITE PADRÃO DA ALÍQUOTA; CABE AOS SENADORES COMEÇAR OS CÁLCULOS PARA VER SE ESSA CONTA FECHA OU NÃO

Paula CRISTINA

No cinema, aquele momento em que há uma virada das expectativas, geralmente do meio para o final da película e que ajuda na resolução de um conflito antes do fim, é chamado de plot twist. E, se a saga da Reforma Tributária fosse um filme, certamente o turning point seria protagonizado pelo presidente da Câmara, Arthur Lira. Enquanto a cadeia produtiva esperava que a discussão sobre privilégios, benefícios e impostos fosse debatida depois do recesso parlamentar, a surpresa foi grande quando o presidente da Câmara garantiu que a regulamentação seria debatida e levada ao plenário em 10 de julho. Nos dias que antecederam a votação, os corredores do Congresso pareciam feira de negócios. Havia empresários, dos mais variados setores, em trânsito constante. Não faltavam negociações em gabinetes, pedidos e exigências. A situação chegou a irritar Lira, que teria dito a aliados que não se deixaria pressionar pelos empresários. Com a celeridade definida por ele, em meio aos 805 pedidos de ajustes propostos pelos deputados e as cobranças do setor privado, a primeira regulamentação foi aprovada. Os potenciais excessos, incoerências ou jabutis devem ser analisados no Senado, onde o governo federal tem um trânsito maior para negociação.

O texto-base, de relatoria do deputado Reginaldo Lopes, foi aprovado por 336 votos a 142, com 2 abstenções. O principal ponto de conflito era a inclusão das carnes na cesta básica. O

 FOTO: ROQUE DE SÁ

pedido pela não inclusão veio de Fernando Haddad, ministro da Fazenda, que sugeria uma redução de 60%. Após negociações entre Legislativo e Executivo, formou-se maioria pela isenção dos produtos. Os queijos, peixes e sal também entraram no mesmo balaio. À DINHEIRO o líder do governo na Câmara, deputado José Guimarães, afirmou que a proposta, incluída pela oposição, foi negociada por ele com Lula. “Falei por telefone com o presidente e expliquei o entendimento do Parlamento sobre o assunto”, disse. A alteração na proposta foi aprovada com 477 votos favoráveis e três contrários. Dois parlamentares se abstiveram. Ao todo, a emenda teve 882 votos.

Na contrapartida, os parlamentares incluíram no texto uma espécie de trava para evitar que a alíquota única ultrapasse os 26,5%. De acordo com Lira, a negociação equilibrou isenções que fomentam a economia e comprometem a arrecadação. “A inclusão da proteína na cesta básica impacta muito a alíquota. O que deu mais conforto foi essa trava que foi colocada no texto. Se bater perto [dos 26,5%] vai ter que ter alteração, vai ter que se rever. Quem sai, qual fica?” Segundo ele, o destaque da carne foi acatado porque “havia um grande clamor para que essa questão fosse resolvida”. “Se é o ideal? Não. Mas não me cabe comentar, porque resultado de plenário não se discute.” Depois, ele comentou que “se a reforma não é a ideal, é a possível”.

“É preciso ter em mente que, quanto maior a isenção, mais a alíquota padrão média irá subir”

BERNARD APPY, SECRETÁRIO EXTRAORDINÁRIO DA FAZENDA

GOVERNO ESTIMA QUE A ISENÇÃO DAS PROTEÍNAS IRÁ ELEVAR EM 0,53 PONTO PERCENTUAL A TRIBUTAÇÃO GERAL PÓS-REFORMA. PARA ARTHUR LIRA, SE A MÉDIA PASSAR DE 26,5%, ALGO PRECISARÁ SER TIRADO DA CESTA

Os cálculos da Fazenda, apresentados por Bernard Appy, secretário extraordinário da Pasta, indicavam que a isenção das carnes elevaria em cerca de 0,53 ponto percentual a alíquota do imposto único que incidirá sobre os demais produtos, para manter a arrecadação tributária atual. “É preciso ter em mente que, conforme as isenções ganham espaço, a alíquota padrão irá subir para compor a média. O Parlamento tem liberdade para tomar as decisões que acha cabível, mas é impossível ignorar que as ações têm reações”, disse ele à DINHEIRO. Agora, a Fazenda irá aumentar a discussão sobre tais impactos com os senadores, que ainda vão dar aval à proposta da Câmara.

Também ficou determinada a redução de 60% de impostos para todos os medicamentos registrados na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) ou fabricados por manipulação. Originalmente, esse regime não existia. O parecer prevê duas categorias de remédios para orientar a tributação: uma lista com 383 remédios isentos (imposto zero), mantida em relação à versão anterior; imposto reduzido (correspondente a 40% da alíquota geral) para todos os outros medicamentos registrados na Anvisa ou produzidos por farmácias de manipulação.

As versões anteriores do texto previam que esse imposto reduzido fosse aplicado apenas a uma lista de 850 medicamentos – que chegou a incluir remédios para disfunção erétil, vacinas e ansiolíticos. Na prática, o novo texto aplica a todos os

medicamentos não isentos esse corte de 60% do IBS e do CBS – impostos que vão agregar e substituir os pagos atualmente.

DEVOLUÇÕES Outra regulamentação modificada foi o mecanismo de retorno de imposto para a população inscrita no Cadastro Único (CadÚnico) do governo federal — o chamado cashback. Pela proposta inicial, o valor será destinado às famílias com renda per capita de até meio salário-mínimo e inscritas no CadÚnico. O texto agora aumenta o percentual de devolução da CBS — o imposto sobre consumo de competência federal — para energia elétrica, água, esgoto e gás natural. Originalmente, seriam devolvidos 50% dos tributos pagos. Pela nova versão, será devolvido 100% da CBS. Foi mantido, no entanto, o percentual de devolução do IBS, compartilhado entre estados e municípios, de 20%.

Para o cálculo do cashback definido, serão consideradas as compras feitas por todos os membros da família inscrita no CadÚnico. A devolução de tributos pagos em faturas de energia e água, por exemplo, será feita diretamente na conta. Uma outra regulamentação definirá como será feito o cashback para as outras áreas.

Segundo Lira, o texto que agora avança para o Senado deu à Câmara a sensação de dever cumprido. "Tudo isso foi fruto de intenso debate com todos os setores sociais, na busca de consensos e definição de um sistema tributário justo." De acordo com ele, o Brasil deu um passo em direção ao desenvolvimento, com segurança jurídica, clareza tributária e regras claras para governos, investidores, produtores, industriais, comércio e consumidores. "Quem ganha com o novo modelo é o povo brasileiro. Tenho a honra de presidir a Câmara dos Deputados nesse momento histórico. A Câmara é a Casa do Povo e nunca faltará em seus compromissos com o povo."

NA CESTA
Além das carnes, queijos e sal também terão isenção segundo texto da Câmara. Senado deve revisitar tais itens

OLHAR DE LIRA
Presidente da Câmara diz que, ainda que a reforma não seja a ideal ou a pensada por Fernando Haddad, ela é a possível agora

PRÓXIMOS PASSOS Com a resolução do conflito na Câmara, o filme da Reforma Tributária começa a caminhar para o eixo final do longa-metragem. Agora, a tendência é que a discussão tenha maior participação do governo, que, em geral, tem melhor trânsito no Senado. As pressões do empresariado também tendem a diminuir, já que a influência é maior na Câmara. A previsão é que o projeto seja analisado em agosto. Se os senadores fizerem mudanças no texto, ele volta para nova votação na Câmara, que dará então a palavra final sobre a proposta. Depois da tramitação no Legislativo, o projeto segue para sanção do presidente Lula.

O spin-off do enredo se concentra na segunda parte da regulamentação, com foco nos tributos de estados e municípios sobre consumo e propriedade (PLP 108/2024) que ainda está nas mãos dos deputados. A expectativa é que esse texto seja analisado pela Câmara após o recesso parlamentar que começa no próximo dia 18. A Câmara terá sessões em três semanas nos próximos dois meses: dias 12 a 14 e 26 a 28 de agosto e 9 a 11 de setembro. A regulamentação da Reforma Tributária vai depender ainda de projetos de lei e outras normas que devem ser apresentadas em 2025 para tratar, por exemplo, das alíquotas dos bens sujeitos ao imposto seletivo e dos tributos sobre heranças. Um daqueles filmes que, mesmo depois do desfecho, deixa o gancho para continuação.

O peso da inflação

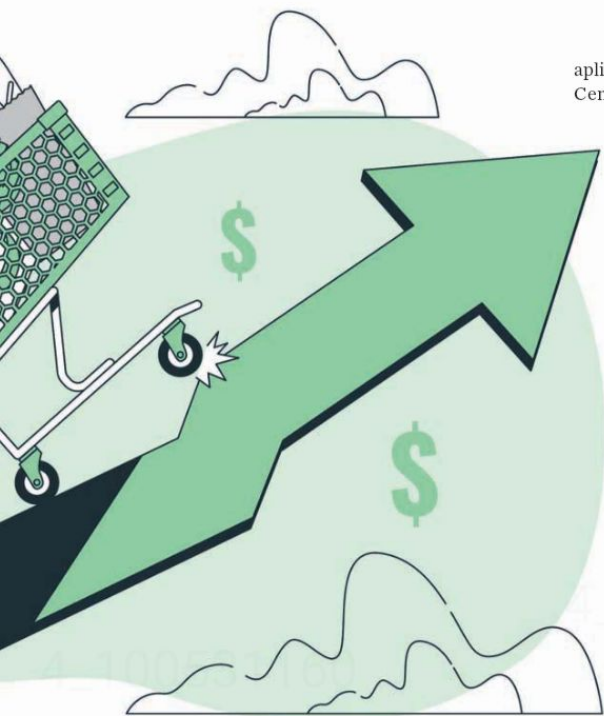
IPCA de junho aponta desaceleração do índice e mantêm as projeções dentro da meta, no entanto, economistas acreditam que o Banco Central só deve retomar o ciclo de cortes na taxa Selic em 2025

Paula CRISTINA

Como sinalizado nas últimas atas do Comitê de Política Econômica, o comportamento da inflação nos próximos meses parece ser a peça-chave para avaliar o desempenho do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. Apesar de alguns pontos de atenção no cenário futuro, como o aumento na tarifa de energia elétrica e dos combustíveis, por ora, os sinais são bons. Em junho, a inflação somou 0,21%, menos da metade da verificada em maio (0,46%) e abaixo das estimativas de analistas e corretoras. Com o resultado, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que mede a inflação oficial, e é coletado pelo IBGE, reporta alta acumulada de 2,48% no ano de 2024 e 4,23% no acumulado de 12 meses.

Sozinho, tal resultado daria motivos para comemorar. Foi a menor inflação para o primeiro semestre desde 2020 e figura entre as três menores da década. Ainda que pressão dos grupos de saúde (+0,54%) e alimentos (+0,44%) tenham impedido uma deflação, o equilíbrio no setor de serviços e a deflação de 0,19% dos transportes sustentaram o respiro aliviado da equipe econômica. "O problema é que os efeitos das falas do presidente Lula, a recomposição dos preços indexados em dólar e os efeitos da alta dos planos de saúde só serão sentidos nas próximas leituras", afirmou Gerson Casarin, professor de finanças da Universidade de São Paulo (USP) e ex-gerente de pesquisas de preços do IBGE.

Os alertas para os próximos meses são distintos. O reajuste no preço do combustível e no gás de cozinha anunciado pela Petrobras na segunda-feira (8) deve gerar um impacto entre 0,16 e 0,21 ponto percentual nas próximas leituras do IPCA. A petroleira informou que o preço do litro da gasolina deverá subir em R$ 0,20 para as distribuidoras, enquanto o botijão de 13 kg de GLP deverá ser elevado, em média, em R$ 3,20. Para a

 | FOTO: FREEPIK

aplicado em Belo Horizonte (MG) pela Cemig no dia 28 de maio. Em 2023, a tarifa de energia elétrica residencial acumulou aumento de 9,52% no Brasil. A alta superou a inflação do País, que encerrou o ano em 4,72%, segundo o IBGE.

OTIMISMO CAUTELOSO Alexandre Maluf, economista da XP, vê uma dinâmica melhor na inflação corrente, mas que não resolve os riscos no médio prazo. "Claro que, quando o IPCA vem abaixo do piso das expectativas, é para se animar. É uma boa leitura, mas no geral não muda muito a cabeça da política monetária", pondera. Para o especialista, o resultado ainda é pouco para mudar a visão do Copom sobre a Selic, sendo necessária uma continuidade da redução e, principalmente, os sinais de controle de gastos na economia doméstica. "O curto prazo segue relativamente benigno, mas o médio prazo continua desafiador, diante do atual patamar de câmbio e as expectativas de inflação."

Sobre um ciclo mais virtuoso, o economista sênior do Inter, André Valério, afirma que a redução do estresse sobre o comportamento da curva de juros ajuda a acomodar as expectativas do mercado. "Além disso, a perspectiva de início do ciclo de cortes nos juros americanos em setembro contribuirá para esse cenário." A perspectiva, segundo ele, é que haja condições para o Banco Central manter a Selic inalterada em 10,50% até o fim do ano, mas com a eventual retomada do ciclo de cortes podendo ocorrer no primeiro trimestre de 2025. Para que se confirme o cenário positivo, e todos os especialistas são unânimes sobre isso, é preciso contar com um elemento muito mais emocional que a racionalidade da matemática exige: que o presidente Lula evite colocar lenha na fogueira.

estrategista de inflação da Warren Investimentos, Andréa Ângelo, isso significa que, para o final do ano, a estimativa do indicador passa de 4,10% para 4,28%. Ela calcula que o reajuste na gasolina representa impacto de alta de pelo menos 0,13 ponto percentual, dos quais 0,09 deverão aparecer já na leitura de julho do IPCA. Já o reajuste do GLP deverá impactar positivamente o índice em 0,05 ponto, segundo ela.

Ainda houve o aumento da tarifa de energia elétrica, que passou em julho para a bandeira amarela. O aumento será de R$ 1,885 a cada 100 kW/h nas tarifas dos consumidores. A mudança ocorre em razão da previsão de falta de chuvas, o que dificulta a geração de energia no Brasil, segundo a Aneel. Em junho, alguns destes sintomas já foram vistos. Dentro do setor de habitação, por exemplo, o custo da energia elétrica subiu 0,3%, acima da média do IPCA e representando 0,10 p.p de contribuição no resultado final da inflação.

De acordo com André Almeida, gerente da pesquisa do IPCA do IBGE, a elevação nas tarifas de energia da população brasileira foi influenciada, sobretudo, pelo reajuste tarifário de 6,76%

ECONOMIA REAGE (E JUROS EXPLODEM)

EMPRESAS DE CAPITAL ABERTO PELO MUNDO PAGARAM US$ 458 BILHÕES EM JUROS ENTRE 2023 E 2024, UM RECORDE QUE AINDA ECOA OS REFLEXOS DO PERÍODO PANDÊMICO

Paula CRISTINA

Enquanto o mundo tenta se recuperar economicamente do período pandêmico, as empresas sentem o peso das taxas básicas de juros mais altas ao redor do globo. Entre 2023 e 2024, o valor que as maiores empresas de capital aberto do planeta gastaram em pagamentos de juros aumentou 24,4% em moeda constante, com bancos e detentores de títulos recebendo um total recorde de US$ 458 bilhões, um aumento de US$ 89 bilhões em relação ao ano anterior. Os custos do serviço da dívida estão em níveis recordes em todos os países e em todos os setores. Os dados fazem parte do Índice de Dívida Corporativa Global anual da Janus Henderson. "Mesmo que as taxas de juros dos bancos centrais comecem a cair este ano, esperamos que as contas de juros continuem a subir neste momento, pois as dívidas antigas continuam a vencer e a ser refinanciadas a taxas mais altas", afirmou Tim Winstone, gerente de Portfólio da Equipe de Crédito Corporativo da Janus Henderson.

De acordo com ele, esse movimento de juro recorde e altas taxas marcam um novo momento das finanças corporativas. "A tendência é evidente em todos os lugares, mas é importante lembrar que os custos de serviço da dívida estão saindo de uma base historicamente baixa, portanto, trata-se de um processo de normalização", afirmou. Ele explica que, de modo geral, as empresas estão absorvendo esses custos de juros mais altos com pouca dificuldade, "embora o impacto seja maior para as empresas menores [que

 | FOTO: FREEPIK

muitas vezes enfrentam um precipício de refinanciamento] do que para as maiores, que normalmente têm uma gama de vencimentos para suas dívidas."

A expectativa do executivo é que os níveis de endividamento continuem aumentando em 2024/25, mas em um ritmo ainda mais lento, com um crescimento de 2,5%, atingindo um recorde de US$ 8,38 trilhões. "O custo do serviço da dívida continuará crescendo, mesmo quando os bancos centrais reduzirem as taxas básicas, já que as dívidas mais antigas e mais baratas são refinanciadas com novas taxas mais altas", disse.

O indicador revelou ainda que as maiores empresas de capital aberto do mundo contraíram US$ 378 bilhões em novos empréstimos líquidos em 2023/24, elevando o total em 4,9% em moeda constante para um recorde de US$ 8,18 trilhões. Esse aumento, no entanto, foi significativamente menor do que em 2022/23 e também ficou bem abaixo de 2018 e 2019 (2020 e 2021 tiveram os padrões de empréstimos interrompidos pela pandemia). As taxas de juros mais altas foram claramente um fator que moderou o apetite por empréstimos no último ano. As aquisições foram o principal fator do aumento do endividamento líquido das empresas. Somente os grandes negócios no setor de saúde foram responsáveis por quase um terço do aumento, incluindo a compra da Seagen pela Pfizer. Em todos os setores, a Janus Henderson estima que as aquisições líquidas de alienações foram responsáveis por cerca de metade do aumento do endividamento líquido global em 2023/24. Segundo Winstone, daqui em diante, a tendência é de acomodação. "Estamos otimistas para o próximo ano. As economias resistiram bem às taxas mais altas e parecem estar aterrissando de forma relativamente suave."

EMERGENTES Entre os países em desenvolvimento, como o Brasil, o cenário é diferente dos desenvolvidos. Neles houve uma ligeira queda no pagamento de juros em relação ao ano anterior em moeda constante, uma vez que as taxas de juros mais altas dissuadiram a tomada de empréstimos. Os custos de juros nos mercados emergentes aumentaram em pouco mais de um quinto (+21,3%) em moeda constante. A China, a Tailândia e o México estão entre os países que registraram dívidas mais baixas. O Brasil segue na média. As dívidas das empresas na China caíram 4,1% em 2023/24, a taxas de câmbio constantes, graças aos fortes fluxos de caixa de empresas como Alibaba, Tencent, PetroChina e Amperex.

Segundo o índice, os custos de juros mais altos consumiram um oitavo (12,4%) dos lucros operacionais em 2023/24, um aumento significativo em relação a um nono em 2022/23. No entanto, apesar do aumento, o relatório revela que os juros retomaram a um nível compatível com a média de longo prazo. Para os próximos anos, no entanto, é provável que eles sofram um impacto maior, especialmente após 2025. S

4,9% FOI A ALTA NA CONTRATAÇÃO DE DÍVIDAS DAS EMPRESAS NO MUNDO, PARA US$ 378 BILHÕES ENTRE 23/24

12% DOS LUCROS DA EMPRESAS FORAM GASTOS PARA PAGAR O CUSTO MAIS ALTO DAS DÍVIDAS

2,5% É A PREVISÃO DE ALTA NO PAGAMENTO DE JUROS DAS EMPRESAS PARA 2024 E 2025

24% FOI O AVANÇO DOS GASTOS COM JUROS PAGOS POR EMPRESAS PELO MUNDO ENTRE 23/24

O NOME DO ECONOMISTA GABRIEL GALÍPOLO GANHA FORÇA PARA PRESIDIR O BANCO CENTRAL. A ELE CABERÁ EQUILIBRAR AS EXPECTATIVAS DO GOVERNO E AS NECESSIDADES DO MERCADO PARA MANTER ESTÁVEL A GESTÃO MONETÁRIA DO BRASIL

Paula CRISTINA

NOVA LUZ DO BANCO CENTRAL?

 | FOTO: WASHINGTON COSTA

Quem acompanhou Gabriel Galípolo transitando no Sindicato dos Metalúrgicos, no ABC paulista, desde 2021, geralmente acompanhado pelo atual ministro da Fazenda, Fernando Haddad, já imaginava que havia planos grandes para o jovem economista formado na PUC. Responsável por boa parte das diretrizes econômicas que nortearam a campanha eleitoral de Lula em 2022, ele foi rapidamente adotado pelo mercado, que notou em sua presença um aceno do PT em direção a uma gestão equilibrada. Já integrantes da Fazenda, durante o governo de transição, a dupla Galípolo e Haddad apresentava soluções para desburocratizar o mercado de capitais, destravar investimentos e regulamentar as novas formas de economia. Era uma lua de mel. Em julho passado o governo Lula indicou Galípolo como um dos oito diretores do Banco Central, movimento bem visto pelo mercado e uma indicação clara do interesse do governo em colocá-lo na vaga da presidência da autoridade monetária, no final de 2024, no lugar de Roberto Campos Neto. Desde então, a relação entre ele e o governo estremeceu, principalmente após Galípolo votar com Campos Neto pela manutenção da taxa básica de juros, a Selic.

Agora, às vésperas da indicação de Lula para a mais importante cadeira do BC, o nome dele volta a ganhar força. O motivo? A busca pelo calmaria econômica que o PT entendeu que precisa para ativar o PIB.

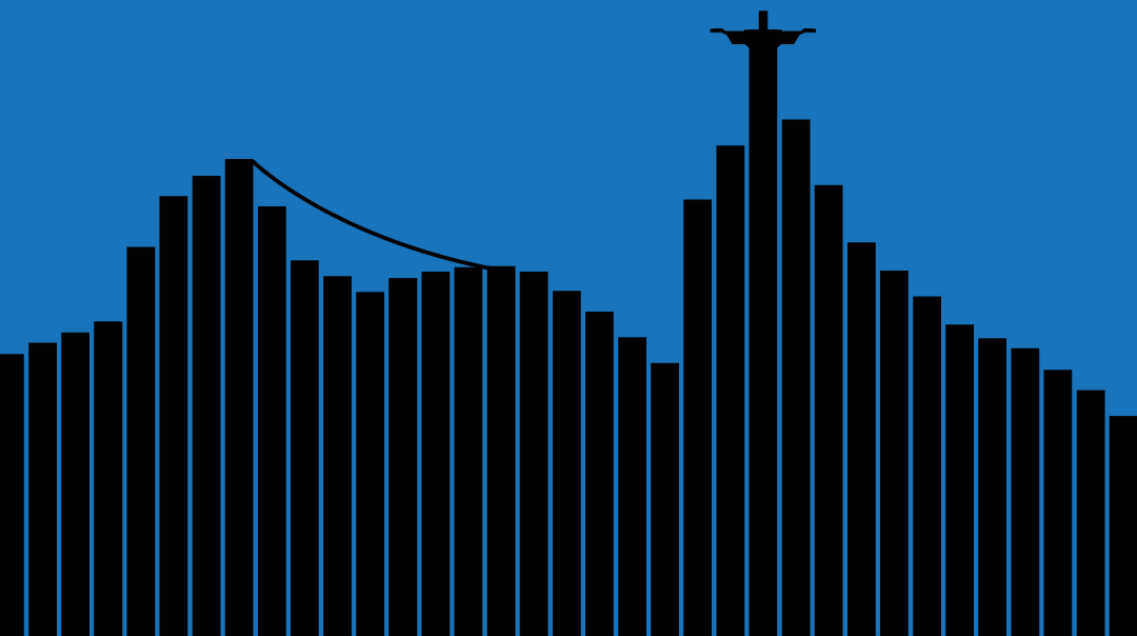
Os nomes cotados para a vaga foram muitos – e quase todos irritaram os mercados. Guido Mantega, por exemplo, foi visto como uma indicação ideológica, o que atrapalharia a política monetária e, consequentemente, estressaria o mercado. Em um momento de dólar alto e a bolsa crescendo pouco, qualquer indicação neste sentido seria uma ferida difícil de cicatrizar. Considerado um heterodoxo moderado, acredita-se que o ex-número um de Haddad possa acelerar o ritmo da queda dos juros. Embora tenha prestado apoio à candidatura do atual presidente e participado ativamente de sua equipe de transição, Galípolo não vê é visto como alguém da bancada do PT, mas sim alguém capaz de servir de ponte entre o mercado e o governo.

Em Brasília, os rumores são que, apesar de ter buscado outros nomes, a indicação do Galípolo funcionaria como um véu de independência da autoridade monetária. Ainda que ele não tenha votado pela redução da Selic na última reunião do Copom, suas passagens por bancos e bom trânsito dentro do sistema financeiro se sobrepõem aos demais candidatos. A expectativa é que o nome dele seja anunciado em agosto pelo governo. Na sequência, a nomeação irá para o Senado que, por meio de uma sabatina, decide se aprova ou não. Até aqui, não parece haver forte resistência no Legislativo ao nome dele.

INDICAR O PRÓXIMO PRESIDENTE DO BC SERÁ DIFÍCIL PARA O GOVERNO LULA. O ESCOLHIDO PRECISA TER BOM TRÂNSITO NO MERCADO FINANACEIRO E OLHAR AS AMBIÇÕES DO GOVERNO DE FAZER A TAXA BÁSICA DE JUROS CAIR MAIS RÁPIDO

DESAFIOS FUTUROS Se confirmado, Galípolo assume o BC com desafios que vão além da redução da Selic para um dígito. A implementação das próximas etapas do Open Finance será um dos movimentos mais importantes para a simplificação do sistema financeiro no Brasil. A principal novidade é o lançamento do Pix por aproximação, previsto para de fevereiro de 2025. Segundo Janaina Attie, chefe de Divisão do Departamento de Regulação do BC, a expectativa para a nova modalidade é grande, principalmente porque eleva a integração do Open Finance, aumentando a segurança e reduzindo os entraves bancários. “A experiência do consumidor será simplificada e terá menos etapas do que a atual, que exige o redirecionamento do cliente para o aplicativo do banco para efetuar o pagamento”, disse. Segundo ela, a solução também facilita as compras on-line, com a possibilidade do consumidor cadastrar a modalidade Pix nas compras. Segundo o BC, ambas as opções começam a ser testadas pelos bancos em novembro deste ano e devem estar disponíveis ao cliente a partir de 28 de fevereiro de 2025.

Para discutir o assunto, o BC formou um colegiado com 10 representantes entre conselheiros, membros do governo, além do setor produtivo, entre eles, Febraban, ABBC, ABBI, Acrefi e Abecs. Segundo Otávio Damaso, diretor de regulação do BC, durante as decisões serão dados 11 votos. “Todo mundo tem um voto e a Febraban tem dois devido à interdependência entre voto e custeio”, disse. Uma discussão que será longa, e que precisará equilibrar interesses distintos, mas que pode melhorar a qualidade monetária do Brasil. Um teste de fogo para o próximo presidente do BC.

DAVI VERS

US GOLIAS

Bancada pelo fundo soberano Mubadala, dos Emirados Árabes Unidos, a bolsa carioca tem planos ambiciosos e quer competir com a B3, mas mantendo os pés no chão. O novo player pode apostar em segmentação e atrair mais companhias e investidores, segundo especialistas

Regina PITOSCIA

A entrada em cena de mais uma bolsa de valores no País tem potencial para ampliar os negócios com ações, atrair o capital estrangeiro, aumentar o volume de recursos nos pregões, gerar competição com a B3 e beneficiar os investidores. Sobre esses aspectos não parece haver dúvidas entre os especialistas. Há, no entanto, algumas incertezas e preocupações sobre o destino desse novo agente financeiro. Se tudo correr bem nos trâmites de autorização e regulamentação pela Comissão da Valores Mobiliários (CVM) e pelo Banco Central, no último trimestre de 2025, uma nova bolsa deve começar a operar no Rio de Janeiro, oferecendo inicialmente transações de compra e venda de ações no mercado à vista, de cotas de fundos, além de aluguel de ações. Ainda sem nome revelado, mas já em registro, o que se sabe até agora é que ela não terá Rio de Janeiro em seu sobrenome. A ideia talvez seja a de dar uma conotação de abrangência nacional ao novo player.

NOVOS NEGÓCIOS
Governador do Rio de Janeiro, Cláudio Castro, em Nova York, negociando filial da Nasdaq no Rio. À direita, prefeito da capital, Eduardo Paes, anuncia nova bolsa do Rio nas redes sociais

Em princípio, todos os papéis já negociados na B3 poderão ser ofertados pela bolsa carioca. "Numa primeira fase vamos competir com os mesmos ativos, o que a gente pretende é receber um voto de confiança das empresas de capital aberto para que elas aceitem ser negociadas também na nossa bolsa", diz Cláudio Pracownik, o presidente da nova bolsa. Na prática, a pretensão é ser mais uma opção no mercado com diferenciais de tecnologia que podem conceder agilidade e preços competitivos às operações. Ao mesmo tempo, Pracownik considera e tem a noção do que vai ser essa concorrência: "Do outro lado tem a B3, com a sua competência, seu tamanho e sua tradição. A gente está como Davi e Golias. Está lá com o estilingue, mas o que a gente quer é trabalhar, ter uma fatia de mercado e trabalhar junto com a B3".

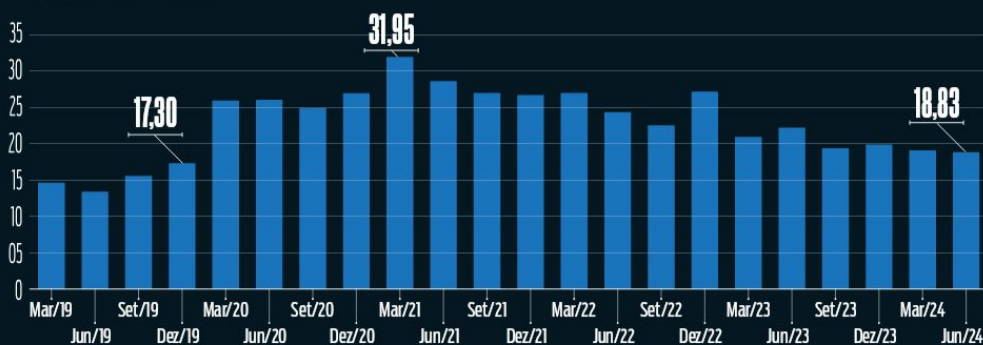
Por sua vez, a B3 é resultado de uma fusão de gigantes: da antiga Bolsa de Valores de São Paulo com a Bolsa de Mercadorias e Futuros, em 2008, e depois com a incorporação da Cetip, responsável pelo registro, negociação e liquidação de ativos, em 2017. Portanto, há cerca de 16 anos a bolsa paulista detém o monopólio do mercado de ações do País. Por várias vezes, intenções e tentativas de criação de outras bolsas vieram a público, sem nenhuma delas se concretizar. Com mais de 100 anos de história, sendo a quinta maior do mundo, a B3 não está se

A GANGORRA DA B3 NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Volume Financeiro médio diário trimestral
(R$ bilhões - Mercado à vista B3)

35
30
25
20
15
10
05
0

17,30
31,95
18,83

Mar/19 Jun/19 Set/19 Dez/19 Mar/20 Jun/20 Set/20 Dez/20 Mar/21 Jun/21 Set/21 Dez/21 Mar/22 Jun/22 Set/22 Dez/22 Mar/23 Jun/23 Set/23 Dez/23 Mar/24 Jun/24

Fonte: Einar Rivero/Elos Ayta

pronunciando diante do lançamento da nova concorrente. Apenas por meio de nota, a empresa esclarece: "A concorrência é uma realidade com a qual a B3 lida diariamente em diversos segmentos de atuação. No segmento de balcão, por exemplo, a B3 tem concorrentes no registro de ativos financeiros e na negociação de títulos públicos e privados, entre outros. No mercado de renda variável, é preciso considerar a concorrência com bolsas internacionais, já que as empresas brasileiras podem escolher listar suas ações no exterior".

Em outro trecho do comunicado, a B3 diz que é estimulada por seus clientes a trazer mais produtos e inovações que facilitam o dia a dia do mercado e ressalta os investimentos em tecnologia e modernização de plataformas para oferecer uma infraestrutura segura para o desenvolvimento do mercado. Embora haja um reconhecimento da relevância e qualidade dos serviços da bolsa paulista no cenário brasileiro, há também críticas. Uma delas é de ter se acomodado nessa posição de liderança e exclusividade no segmento de ações. "A B3 não dá conta de diversificar e criar bolsas segmentadas e especializadas. Ela é travada, não quer abrir. É monopólio, e como monopólio obriga todos a fazer o que ela quer", afirma Paulo Vicente, professor da Fundação Dom Cabral. "Faria sentido termos uma bolsa de commodities, por exemplo, no País", complementa. O empenho do pessoal da B3 em oferecer serviços de qualidade é reconhecido por Rodrigo Cohen, analista de investimentos e co-fundador da Escola de Investimentos. Mas, pondera que a instituição não tem um dono, um pai, e isso atrapalha. "Eles poderiam ser melhores, oferecer outros ativos. Trazer uma concorrência é muito bom, quem ganha no final é o consumidor", avalia.

PIVÔ
Investidor Naji Nahas foi apontado como rersponsável por quebrar a Bolsa do Rio de Janeiro em junho de 1989, que levou a Boverj (à esquerda) a encerrar suas atividades

A quebra de monopólio e a geração de novas oportunidades de negócios com a entrada do player carioca são comemoradas também pelo professor da FIA Business School Arnóbio Durães, porque deve reduzir os custos e devolver o poder de barganha ao mercado, o que é favorável ao País. "A nova bolsa vem sendo idealizada, pelo menos, há dez anos. Agora, com o suporte financeiro do Fundo Soberano dos Emirados Árabes Unidos de Abu Dhabi, o Mubadala, e a participação da ATG [empresa de soluções em tecnologia], isso foi possível. Abre-se um novo capítulo para o mercado financeiro

do Brasil." A aposta do Mubadala em investimentos no País é alta e não é de hoje. Trata-se de um dos principais fundos soberanos do mundo, com algo perto de R$ 1,4 trilhão sob sua gestão em 50 países do mundo. Portanto, para eles, dinheiro para estruturar uma bolsa de valores parece ser o menor dos problemas. No Brasil, os investimentos já somam algo perto de US$ 5 bilhões (cerca de R$ 27 bilhões) desde 2012 e estão alocados em setores como energia e combustível renovável.

Essa ligação com o mundo árabe pode resultar em uma sinergia com grande potencial de crescimento do mercado acionário aqui, na opinião de Paulo Vicente, professor da FDC. Não apenas por atrair pares e empresas da região, mas por abrir janelas para o dinheiro que circula 24 horas pelo mercado. "Abu Dhabi quer ter mais um espaço para operar, porque quando o mercado está fechando lá, está abrindo aqui. O dinheiro segue o sol e gira no mundo. Começa nas bolsas de Nova York, vai para o Japão e China, segue para Índia e Abu Dhabi, depois para bolsas da Europa, Londres, Paris e Frankfurt e retorna para Nova York", explica o professor. Os especialistas prevêem um crescimento do mercado, em que cerca de 450 empresas estão listadas e negociam seus papéis na B3. Um número relativamente pequeno diante do mercado americano, que conta com mais de 12 mil companhias operando. Em relação ao total de investidores, Cohen relata que o crescimento foi expressivo nos últimos 15 anos. "Em 2009 éramos 600 mil CPFs na bolsa e hoje somos entre 3 e 4 milhões de CPFs, sem duplicidade. Mas demorou muito para acontecer isso. A melhoria de tecnologia e o crescimento da economia permitiram o crescimento da bolsa, que se mostrou um bom investimento."

Há um longo caminho a percorrer para conquistar e trazer mais brasileiros para a bolsa, segundo Miguel Rodrigues, especialista em mercado de capitais e sócio da Matriz Capital. Ele se refere, indignado, aos dados do último estudo da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), que comprova uma realidade persistente de décadas: a concentração de investimentos na poupança, que detém 26% do total, sendo apenas 2% das aplicações direcionadas a ações, em 2023. Mas o pior nesse contexto nem são esses dados, e sim o fato de 14% dos entrevistados considerarem apostas em jogos em aplicativos como uma renda extra no fim do mês (44%), e considerarem esse gasto até mesmo como uma aplicação (22%). "Fica a questão: como vamos colocar outra bolsa para funcionar sendo que a população não está preparada para esse mercado? E a que ponto esse volume distribuído entre duas bolsas pode impactar na liquidez desses dois ativos?", questiona Rodrigues. A questão da liquidez é preocupação de Durães, professor da FIA que considera esse o principal desafio para o player carioca. Ao mesmo tempo em que vai precisar contar com o ingresso

ENTREVISTA

CLAUDIO PRACOWNIK, PRESIDENTE DA BOLSA CARIOCA

"Somos o Davi contra o Golias, mas estamos com o estilingue na mão"

Por que lançar uma bolsa no Rio?
No G20 só dois países possuem uma bolsa só, o Brasil e a Espanha, nos demais, a regra é ter mais de uma bolsa. Nos Estados Unidos, há 16 bolsas.

Mas há espaço para uma segunda bolsa no País?
O brasileiro está tão acostumado com uma bolsa só, que ele não consegue nem entender porque tem esse espaço para a concorrência. A B3 não é o mercado, a B3 é a operadora do mercado, e o mercado é onde eu também vou operar. Essa questão se tem mercado para duas bolsas é como perguntar se tem mercado para mais uma sorveteria. Se for boa, ela vai aumentar o mercado, porque haverá mais opções de sorvetes, menos filas, mais eficiência, novos sabores, mais pessoas vão tomar sorvete e o preço vai cair, porque vai ter mais competição. Tem espaço para várias bolsas. Se vai prosperar ou não, vai depender da sua própria competência.

Quais os principais impactos da entrada de um novo agente no mercado?
Vai ampliar o mercado. A tendência é aumentar o volume de negócios, porque haverá redução do risco. Conversamos com alguns dos grandes bancos no mundo, que entendem que ao operar em um país que só tem uma bolsa o risco é maior, então a destinação de recursos para esse país é menor, porque isso reflete a imaturidade do mercado, com menos liquidez. E há o risco de operação, na hipótese de ocorrer algum problema técnico, quem estiver operando não sabe se sua ordem de compra foi executada, por exemplo, o que o obriga a se proteger e fazer uma operação de hedge. E com mais volume, os spreads tendem a ser menores, e os preços mais justos. A concorrência traz redução de preço para qualquer coisa no mundo.

FOTOS: SUAMY BEYDOUN/AGIF VIA AFP | ANGELA WEISS/AFP | DIVULGAÇÃO

de novas empresas, o mercado acionário precisa ser seletivo nessa escolha. Preocupação que justifica a burocracia atual na B3 nesse sentido, segundo Paulo Vicente, que ainda assim acaba impactada por casos de fraudes como o da Americanas.

Todos recordam a história da Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, que era o principal polo de investimentos do País, mas quebrou após operações sem lastro do empresário Naji Nahas, em 1989. Depois disso, perdeu o protagonismo para a Bolsa de Valores de São Paulo, a Bovespa, e nunca mais se recuperou, fechando suas atividades definitivamente em 2022, ao ser incorporada pela BM&F. Nahas foi acusado de comprar e vender para si mesmo, gerando a falsa ideia de volume e ganhos extraordinários de sua empresa. Muitas corretoras entraram nessa roda viva e sofreram calote.

Embora nessa primeira fase a bolsa carioca não venha oferecer negociação com novos ativos ou novas operações, um dos caminhos apontados pelos especialistas para aumentar o volume de recursos seria futuramente promover uma segmentação, desburocratizando e abrindo caminho para as pequenas empresas. Durães afirma que o mercado para as companhias que pretendem abrir ou já têm capital aberto tornou-se muito elitizado, por ter de seguir padrões internacionais. São barreiras de acesso, principalmente para as pequenas empresas. Daqui até o início da operação da nova bolsa, muita água vai rolar por debaixo da ponte. O mercado estará sob a regência do novo presidente do Banco Central que, se agir politicamente, adotando medidas frágeis para controle da inflação, pode prejudicar o mercado financeiro. O País estará se preparando também para as eleições presidenciais, acompanhando o andar dos juros nos EUA e a evolução da economia nacional. S

NOVO ATOR NA PRAÇA
A B3 (esquerda) é a maior bolsa de valores da América Latina, e deve encarar, pela primeira vez, uma concorrente local. A NYSE (direita) é a bolsa com maior volume negociado no mundo

E os diferenciais em relação à B3?
Respeito muito a B3, instituição gigante, pessoas competentes, governança, grandes profissionais, mas nós temos de apresentar as nossas armas por ser um novo entrante. A gente vai buscar ser mais rápido e com uma tecnologia mais moderna e proprietária. Com isso, temos condições de nos ajustar de acordo com as necessidades do mercado. Os clientes nos dizem que esperam uma nova bolsa, que atenda a outras demandas que, em nosso entendimento, a B3 não supre. Nossa empresa será mais enxuta, e poderemos ter preços mais justos, com uma margem muito boa, mas com muito menos custo, com um preço melhor. No mais, é trabalhar para ter mais qualidade, uma entrega mais rápida, mais eficiente para os clientes.

Como serão as operações?
Numa primeira fase vamos estar competindo com os mesmos ativos negociados na B3, vou negociar o que já é negociado. Vamos atuar no mercado à vista, negociar cotas de fundos e com o aluguel de ações. Mas temos já desenhado como serão feitas as listagens de empresas, assim como as operações de derivativo. É uma questão de estratégia.

O que você considera como maior desafio para a nova bolsa?
O principal para início de uma bolsa de valores é fluxo, é volume. Eu tenho que receber ofertas de compra e de venda, principalmente dos maiores fornecedores de volume, os market makers internacionais. Em vez de mandar tudo para a B3, quero que mandem um pouco para mim. Estamos conversando e sendo muito bem recebidos por eles, porque entendem as vantagens sobe aumento de volume, redução de spread. Eles querem apoiar esse tipo de iniciativa e até poderão ter participação acionária na empresa. Esperamos poder revelar e ter uma base aliada até o fim deste ano, mas que não vai operar só com a gente, vai operar com a B3 também. Seria possível crescer sem isso, mas gostaria de acelerar esse crescimento, tanto lá fora quanto aqui no Brasil.

Como espera ser a receptividade das empresas de capital aberto?
O que pretendemos é receber um voto de confiança das empresas de capital aberto para que elas aceitem ser negociadas na nossa bolsa também. E por que fariam isso? Primeiro porque vamos mostrar que podemos entregar um produto bom, segundo porque para as empresas, a liquidez é componente importante para precificação do seu ativo e nós vamos trazer mais volume, mais liquidez, e terceiro porque a empresa criaria mais um opção de acesso aos seus ativos talvez com preço mais competitivo.

Operadora de viagens investe na ampliação de hotel próprio, constrói parque temático do Sítio do Pica Pau Amarelo e entra no segmento de festas de formatura

Beto SILVA

Em 1993, Renato Costa era um jovem bolsista do terceiro ano do ensino médio do Colégio São Judas Tadeu, no tradicional bairro da Mooca, em São Paulo. Sua turma se preparava para fazer uma viagem de formatura para Porto Seguro, na Bahia, mas ele não tinha condições financeiras de bancar a excursão. Popular na sua escola, foi convidado pelo professor que organizava o passeio a ajudar no planejamento e execução do evento. Em troca, viajaria de graça. Embarcou na ideia e na viagem. Ele, outros sete meninos e 42 meninas, de ônibus, sem leito, sem ar-condicionado. Vinte e quatro horas de estrada até chegar na festiva cidade baiana. "Foi disparada a melhor viagem da minha vida", disse Renato Costa, hoje com 49 anos. A experiência foi tão boa que virou negócio. Nos anos seguintes, continuou a ajudar o professor na organização. E em 1997, com dois guias que também participavam das excursões, montou sua própria empresa. O slogan foi irreverente – e ousado: troque a beca pelo biquíni. À época não havia tanto apelo para viagens de formatura. A tendência eram as festas em salões fechados, em uma única noite, na cidade onde estava sediada a escola. A campanha publicitária convocava os jovens para passar cinco noites em Porto Seguro praticamente pelo mesmo preço de uma noite de festa com os familiares e amigos. Deu certo. Nascia o Grupo Forma, hoje o maior do mundo especializado em viagens estudantis.

O primeiro ano de operação, 27 anos atrás, embarcou 550

 FOTO: DIVULGAÇÃO

GRUPO FORMA GABARITA EVENTOS ESTUDANTIS

SORRIA NA BAHIA
Com roda-gigante e mointanha-russa dos grandes festivais de música, o Porto Festival reúne mais de 25 atrações na maior arena privada do País

alunos para a estância turística costeira no estado Bahia, conhecida pela vibrante vida noturna. A cada ano o número de estudantes dobrava ou até triplicava. Até que em 2022 levou 58 mil jovens, de 9 a 18 anos, para diversos lugares do Brasil para comemorarem suas formaturas, seja da primeira fase do ensino fundamental (5º ano), fundamental II (9º ano) ou ensino médio (3º ano). Ano passado a marca foi de 72 mil embarques. E para este ano a previsão é de 90 mil alunos, volume que vai superar o período pré-pandêmico, em 2019, quando 80 mil jovens curtiram as viagens com o Grupo Forma.

Em quase três décadas de atuação, a companhia sempre buscou inovar. Os bilhetes em papel vendidos nos primeiros anos de operação foram ficando para trás. O Grupo Forma foi pioneiro no uso de palmtop e código de barra em pulseiras para melhor controle e organização das atividades dos jovens. Atualmente, 82% das vendas são diretas, por canais on-line. E além das tradicionais viagem de formatura do 3º ano em Porto Seguro e do 9º ano aos principais resorts do Brasil, a operadora realiza passeios educacionais e pedagógicas, por meio de suas divisões Conhecer e Entreter. Entre os destinos estão BioParque Rio de Janeiro, Pantanal Carioca, Fazendinha Petzzo, em Cotia (SP), Circuito das Águas de Minas gerais, Voluntarismo no Pantanal, visita a Maurício de Sousa Produções, em São Paulo, e dezenas de museus e outras atrações de norte a sul do País. A empresa também opera inter-

JOGA A MÃO PARA CIMA
Hotel próprio do grupo, o Eldorado Eco Resort, localizado em Atibaia (SP), está sendo ampliado. E terá um parque temático ao lado para aumentar as opções de lazer para os estudantes

câmbios e excursões internacionais. Com esses produtos, as escolas e os familiares dos estudantes deixam de ver o Grupo Forma como aquele malvado – termo usado com carinho, claro! – que leva os alunos para curtirem festas na Bahia.

Uma operação parruda que gera efeitos em diversos setores. Na aviação, faz fretamento de voos em quase todas as capitais do Brasil. Neste mês de julho, estão previstos nove voos diários da Azul com destino a Porto Seguro, partindo de 22 aeroportos de todas as regiões. O principal emissor é o estado de São Paulo, com 40% dos negócios gerados. Porto Seguro, aliás, continua sendo o carro-chefe de destino do Grupo Forma, ao embarcar apenas neste ano 33 mil jovens. No total, em 2024 estão previstos 500 fretamentos de aeronaves idas e voltas. É na cidade baiana que está o maior festival estudantil do mundo, o Porto Festival, que reúne mais de 25 atrações na maior arena privada do País. No espaço são montados palco, roda-gigante e montanha russa, mesmas estruturas dos festivais de música The Town e Rock in Rio. “Promovemos uma viagem de gente grande, com organização e respeito, para uma molecada que, muitas vezes, viaja pela primeira vez desacompanhada”, disse Costa, ao destacar que o tíquete médio dessas atividades varia entre R$ 4 mil e R$ 5 mil. Só nessa linha de negócio são R$ 165 milhões em receitas.

Na rede hoteleira, mais movimento gerado pelo Grupo Forma, que fecha 15 mil room nights por ano apenas na rede Club Med. A operadora de viagens mantém também acordos comerciais para uso exclusivo em datas agendadas de outros hotéis e resorts, como a Rede Tauá, Costão do Santinho, Vila Galé e Beach Park. Com parceiros importantes, a operadora tem ainda um hotel próprio, o Eldorado Eco Resort, localizado em Atibaia (SP). A empresa adquiriu a estrutura três anos atrás. São 150 mil metros quadrados, com 126 quartos. E iniciou recentemente uma renovação e ampliação dos apartamentos. Serão 300 unidades em 2025. Um terreno ao lado, com mais 150 mil metros quadrados, foi adquirido para abrigar um parque temático do Sítio do Pica Pau Amarelo, que está e construção e deve ser inaugurado em novembro deste ano. É uma inédita parceria que foi feita diretamente com a família Monteiro Lobato e as Organizações Globo, detentora dos direitos de comercialização. O investimento em 2024 é de R$ 40 milhões.

Outra novidade do Grupo Forma é a entrada no segmento de festas de formatura. Sim, aquelas que Renato Costa dispensava para organizar as viagens. Para ingressar no segmento que movimenta R$ 7 bilhões por ano no Brasil, a companhia efetivou uma joint venture com outra empresa do setor, a Kaz Formatura, e criou a Colab Formatura. Os 30 mil pacotes para 2024 já estão esgotados. Para 2025, a meta é, ao menos, triplicar esse número.

De forma geral, o crescimento para este ano é de 18% a 20%. E com tudo isso – viagens, passeios pedagógicos e festas de formatura –, a empresa gabarita na promoção de eventos estudantis.

 FOTOS: CLAUDIO GATTI | DIVULGAÇÃO

DINHEIRO QUE VIRA FUMAÇA

Descriminalização da cannabis, feita pelo STF, abre espaço para a discussão sobre abertura de um mercado bilionário com benefícios para a evolução da medicina

Regina PITOSCIA

Analisada de forma estanque e isolada, a proibição do uso da cannabis para fins medicinais ou produção de derivados para o segmento de tecidos e até mesmo da construção prejudica a economia. Considerando empregos, geração de renda, recolhimento de impostos, entre outros pontos, esse entrave deixa de gerar R$ 150 bilhões para o País. Para o presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Cannabis (Abicann), a discussão do tema é cercada de controvérsias e preconceitos e até mesmo de polarização política, o que impede a evolução para a clareza de prós e contras em jogar esses recursos para a economia formal.

Tanto é que a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de descriminalizar o porte de maconha para uso pessoal foi sucedida por fortes reações no Congresso Nacional. Na Câmara, o presidente Arthur Lira criou uma comissão especial para avaliar a PEC das Drogas que criminaliza a posse e o porte de qualquer quantidade de drogas ilícitas no País. A PEC já foi aprovada pelo Senado e tem no presidente da Casa, o senador Rodrigo Pacheco um dos seus autores.

Caso seja aprovada na comissão, vai à votação no plenário. Se o texto aprovado na Câmara for o mesmo já votado pelo Senado, a PEC entra em vigor — por ser uma emenda constitucional, ela não precisa passar pela sanção presidencial como outros projetos de lei.

Especialistas avaliam, no entanto, que

 | FOTOS: FREEPIK | AFP/DANIEL KARMANN

ainda que o Congresso aprove uma PEC em direção contrária ao julgamento do Supremo, no final, a palavra final sobre o assunto continuará sendo do STF.

Embora o Congresso possa alterar a Constituição com uma PEC, até mesmo uma emenda constitucional pode ser questionada e eventualmente considerada inconstitucional pelo STF, isso porque a Constituição tem as chamadas cláusulas pétreas, pontos centrais que não podem ser alterados nem por emendas constitucionais. O Supremo pode decidir que uma PEC é inconstitucional se considerar que ela visa alterar um desses pontos.

O FIEL DA BALANÇA No meio desse cabo de guerra entre os dois Poderes, cria-se um hiato para decisõses cruciais a pessoas e animais que dependem de medicamentos à base de canabis para tratamento de saúde. Em contrapartida, famílias que sofrem com a dependência química, acompanham com preocupação as discussões sobre o tema, porque sentem na pele os estragos provocados pelas drogas e o que isso representa de riscos para quem não consegue se livrar delas.

Eduardo Galvão, professor de Políticas Públicas do Ibmec e diretor de Public Affairs da consultoria Burson Brasil, argumenta que no Brasil há uma formação conservadora no Legislativo, o que impede avançar em um tema que trata diretamente da saúde. "Estamos falando de tratamento de eplipesia e outras disfunções, A proibição acaba alimentando o crime, tráfico de drogasas rede e aumentando os riscos de uso de produtos adulterados".

MACONHA NOS EUA Em 2024 completam-se 10 anos desde que o estado do Colorado liberou o uso recreativo da maconha em seu território. Dos 50 estados do país, 23 legalizaram o uso recreativo e medicinal da maconha, 14 estados legalizaram apenas o uso medicinal, 7 estados legalizaram o uso de óleo de canabidiol (CBD) e 6 estados ainda criminalizam a maconha, Mesmo com a liberação, de modo geral, pesquisas estaduais não mostram um aumento do consumo entre os jovens.

O número de pessoas que visitam pronto-socorros com problemas relacionados à maconha subiu, e hospitais registraram mais casos de doenças mentais associadas ao consumo da planta. Ao mesmo tempo, entretanto, milhares de pessoas consomem casualmente produtos derivados da maconha comprados em lojas da região sem maiores incidentes.Galvão pondera que não necessariamente esteja havendo um aumento de ocorrências com o uso da maconha, mas sim porque elas passaram a ser computadas. *(Colaborou Allan Ravagnani)*

TRATAMENTO BEM-SUCEDIDO
Usada no controle da epilepsia, a cannabis vira ouro para pesquisa e desenvolvimento de farmacêuticas em todo o mundo

Montadoras chinesas avançam nos shoppings centers buscando maior proximidade com potenciais clientes e assim aumentar a conversão das vendas

CHINESES INVADEM OS SHOPPINGS

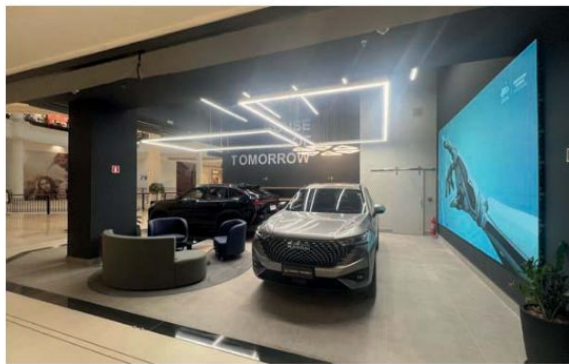
Allan RAVAGNANI

Está cada vez mais frequente se deparar com lojas de carros nos shoppings centers. E não estou falando das lojas de usados, localizadas nos estacionamentos, estou falando de lojas, literalmente, nos corredores internos dos shoppings, especialmente se tratando das marcas chinesas BYD e GWM, que fabricam carros elétricos e híbridos. Além da exposição da marca e dos produtos, a ideia das montadoras é se apresentar ao cliente antes de esperá-lo ir até uma concessionária de rua.

De acordo com o levantamento realizado pela DINHEIRO, a fabricante de carros elétricos BYD têm hoje 103 concessionárias em atividade, com 23 lojas em shoppings pelo Brasil, sendo algumas delas estandes com duração temporária. Já a GWM, famosa por suas caminhonetes e SUVs híbridas, dispõe de 70 concessionárias no País, 47 de rua e 23 lojas em shoppings. A maioria das lojas nesses centros comerciais dispõem de test-drive no estacionamento e vendedores especializados, que ajudam na conversão do interesse de venda. A administradora de shoppings Allos, uma das maiores do Brasil, detalhou que no ano de 2023 foram dez operações da BYD e nove da GWM em seus shoppings, totalizando 19 lojas. Já em 2024, são oito da BYD e 14 da GWM, totalizando 22 pontos de venda.

Segundo a GWM, esse tipo de operação serviu na chegada da marca ao Brasil como uma solução de abrir uma loja rapidamente, antes de iniciar a construção de uma concessionária de rua. No projeto inicial, a maior parte dessas lojas seria desativada para dar lugar à concessionária de rua, mas algumas tiveram um desempenho de vendas tão bom que permaneceram. Além disso, a companhia sabia desde o início que eram públicos diferentes: o cliente tradicional iria à loja de rua, o novo cliente iria ao shopping.

“Nossa estratégia de lojas de shopping segue uma lógica simples, mas também inovadora: se uma parcela dos clientes de veículos eletrificados é formada por um tipo de consumidor de carro completamente novo, precisamos também de uma nova maneira de vender carro. Assim, veio a ideia do formato, em que,

ONDE O CLIENTE ESTÁ
Loja da BYD no Park Shopping São Caetano à esquerda, e estande da GWM no Shopping Higienópolis, à direita, ambas na Grande São Paulo

ao invés de esperar o cliente ir à concessionária para conhecer nossos modelos, a concessionária vai até o consumidor, no momento em que ele já está na sua jornada tradicional de consumo", afirmou Alexandre Oliveira, diretor de vendas e desenvolvimento de rede da GWM Brasil.

O proprietário do Grupo Viamar de concessionárias, Carlos Gurgel, que atua com carros novos das marcas Chevrolet, Nissan, Hyundai e BYD, afirmou que, neste momento de entrada dos carros elétricos no Brasil, no qual os consumidores que ainda não tiveram acesso a experiência de dirigir um carro elétrico, a estratégia de 'invadir' os shoppings e levar o carro até lugares com grande circulação tem objetivo de fazer com que os consumidores tenham contato com o carro. "Mais que expor a BYD, queremos que os consumidores vivam a experiência de dirigir um carro elétrico, por isso disponibilizamos seis modelos para test-drive", afirmou.

Gurgel ainda ressaltou o fato de algumas lojas ainda estarem em construção, sendo a tendência de longo prazo fortalecer as concessionárias locais, nas melhores ruas das cidades, para entregar uma experiência mais completa e personalizada aos interessados. "Em termos de resultados, para nós a exposição nos shoppings foi uma aposta que deu certo. Estamos conseguindo acelerar o entendimento do produto pelo consumidor. Milhares de pessoas que não conheciam ou pensavam em BYD, hoje conhecem e se interessam na compra dos nossos excelentes carros", completou Gurgel.

O especialista em gestão empresarial e CEO do grupo Acelerador, Marcus Marques, afirmou que esse é um movimento estratégico das marcas, aumentando a visibilidade da empresa, ampliando os pontos de venda, melhorando a experiência do consumidor e podendo resultar em mais lucratividade. "Para as montadoras chinesas, esta estratégia é particularmente vantajosa, pois permite uma rápida inserção no mercado e exposição direta aos consumidores", afirmou Marques. Embora os custos de aluguel possam ser elevados, a alta rotatividade de visitantes e o potencial de vendas compensam esse investimento, segundo o especialista. Além disso, espaços menores e mais eficientes podem reduzir custos operacionais comparados a grandes concessionárias tradicionais. S

23

TANTO A BYD QUANTO A GWM TÊM O MESMO NÚMERO DE LOJAS ABERTAS DENTRO SHOPPINGS ESPALHADOS PELO BRASIL

60

DIAS É O TEMPO QUE UMA LOJA DE SHOPPINGS LEVA EM MÉDIA PARA SER MONTADA, CONTRA 120 DIAS DE UMA LOJA DE RUA

AVANÇO TECNOLÓGICO
O VP Julío Segala (foto) fala que o uso de tablets é uma das alavancas de crescimento da rede até 2030

Kumon ensina a multi

REDE DE FRANQUIAS DE EDUCAÇÃO APOSTA NO USO DA TECNOLOGIA NA SALA DE AULA E FORA DELA PARA CRESCER NOS PRÓXIMOS ANOS

Allan RAVAGNANI

Essa história começou há 70 anos, do outro lado do mundo, quando um professor de matemática chamado Toru Kumon começou a elaborar exercícios para seu filho, Takeshi, melhorar seu desempenho escolar. A ideia de Kumon era criar problemas que Takeshi se sentisse confortável em solucionar, para então começar a desenvolver suas habilidades. Do Japão para o mundo, 70 anos depois, o método de estudo está presente em 55 países e reúne mais de 4 milhões de estudantes.

No Brasil, a escola se tornou uma das maiores redes de franquias especializada em educação, atualmente com 1.500 lojas, presentes em 580 cidades, somando mais de 190 mil alunos. A Kumon, no entanto, não está acomodada e quer usar os conhecimentos em matemática para somar e até mesmo multiplicar o número de alunos até o final desta década, impulsionada pelo uso da tecnologia dentro da sala de aula e fora dela.

O vice-presidente executivo do Kumon América do Sul, Julio Segala, conversou com a DINHEIRO sobre os planos de crescimento da rede, enquanto participava de uma feira de franquias em São Paulo. Para 2024, a expectativa da rede é abrir 121 novas franquias, enquanto para 2025 a meta é abrir ao menos 120. "Vamos fechar 2024 com crescimento de 5%. Para 2025, iremos passar de 1.600 franquias no Brasil, e para 2030, devemos superar o número de 2.000 escolas. A grande alavanca desse crescimento será o Kumon Conect", afirmou.

O Kumon Connect digitaliza o material didático e permite aos alunos usarem tablets para estudar, inclusive com uso de caneta no equipamento. "Hoje, apenas parte da rede usa a ferramenta. Era um projeto pi-

plicar

30% É A MARGEM DE LUCRO MÉDIA DO FRANQUEADO. UMA ESCOLA COM 120 ALUNOS FATURA EM MÉDIA R$ 45 MIL MENSAIS E O RETORNO SE DÁ EM ATÉ 24 MESES

loto, que deu muito certo durante a pandemia, e a ideia é triplicar esse número até o fim de 2025, alcançando ao menos 95% da rede. O tablet facilita a rotina do aluno e do orientador, que consegue revisar os materiais de forma mais rápida", disse.

Outro investimento para expansão da rede está na Unidade Virtual da Kumon, uma iniciativa que não é franqueada, e que foi criada para atender regiões onde não há uma franquia física, permitindo que alunos de cidades distantes possam acessar o método de ensino 100% online. Segundo Segala, esse modelo tem mostrado resultados acima do esperado, e a fixação dos alunos é comparável às melhores franquias.

INVESTIMENTO Abrir uma franquia do Kumon no Brasil requer um investimento inicial entre R$ 50 mil e R$ 100 mil, variando conforme a cidade e a região. A empresa oferece suporte para adaptação do imóvel, capacitação dos professores e da administração, auxílio na busca de fornecedores, captação de leads e acompanhamento contínuo das unidades. Os franqueados têm um faturamento médio mensal de R$ 45 mil com 120 alunos matriculados, gerando uma margem de lucro entre 20% e 30%. O prazo de retorno do investimento varia de 18 a 24 meses, dependendo da gestão do franqueado.

A rede vive com os royalties pagos pelos franqueados e com a renda Unidade Virtual. Os royalties representam cerca de 40% do valor pago por aluno, que é uma média de R$ 370 por mês. "É uma relação de ganha-ganha, a gente quer ver o franqueado crescer para a rede crescer também, por isso que também investimos", completou Segala. O executivo ressaltou que não cobra taxa de publicidade das franquias, com o investimento partindo 100% do escritório central.

Diante das enchentes que devastaram parte do Rio Grande do Sul no mês de maio, Julio Segala, que é de Porto Alegre, mostrou algumas preocupações. Foram três unidades impactadas diretamente pelas águas, em uma delas o nível subiu 2 metros e causou um grande prejuízo. Em outras duas, a água entrou, mas os prejuízos foram menores e elas já estão operando normalmente. "O que nós estamos mais preocupados é com o impacto financeiro nas famílias, que pode aumentar a desistência ou mesmo redução nas matrículas", completou. O executivo afirmou que a rede está trabalhando para apoiar financeiramente as franquias e famílias impactadas, como com a concessão de bolsas temporárias, visando reduzir as desistências e manter os alunos matriculados nas unidades. S

A ROUPA NOVA D

Empresa especializada na promoção de feiras e eventos do setor têxtil projeta volume de negócios superior a R$ 2 bilhões em 2024, o que fará seu faturamento dobrar e bater na casa dos R$ 30 milhões

Aline ALMEIDA

O setor têxtil brasileiro tem se destacado por ampliar sua cobertura de atuação, que abrange não apenas a produção de roupas, mas também de acessórios como tapetes, cortinas e, no setor automotivo, airbags e cintos de segurança. Ciente do potencial do segmento, Hélvio Pompeo Madeira, fundador e presidente do Febratex Group, especializado na promoção de feiras e eventos, principalmente na exposição de máquinas e insumos para o setor, prevê movimento de R$ 2 bilhões em negócios gerados em 2024. "Temos alianças estratégicas com outras feiras pelo mundo. A nossa intenção é trazer cada vez mais visitantes de todos os continentes."

A empresa realiza atualmente nove feiras em várias cidades do País, como a TecnoTêxtil Brasil (evento de tecnologia e confecções), a Febratex Summit (com foco exclusivo em inovabilidade e sustentabilidade) e o Maquintex, Sings e Pack&Graph (com lançamentos de equipamentos, máquinas e matérias-primas, para tecelagem, estamparia e confecções). Em agosto será realizada a 18ª edição da Feira Febratex, considerada terceira maior do mundo do setor têxtil. Além disso, o grupo está iniciando o posicionamento como plataforma de negócios, com o Startup Corner on the Road, projeto que promove novas ideias e pretende transformas a indústria têxtil a partir da participação de mais de 50 startups de todo o País. Além do Brasil Fashion Designer, concurso para descobrir e evidenciar novos talentos no design, valorizando os jovens designers de moda e suas coleções. Com esses eventos, o Febratex Group prevê dobrar seu faturamento e alcançar R$ 30 milhões neste ano, ante R$ 15 milhões registrados em 2023, quando teve um crescimento de 25% em relação a 2022.

Para Pompeo, a evolução do grupo e do setor ocorreu pela percepção de mercado e mudança no modelo de atuação. Segundo o executivo, a expansão da operação, que passou de mera montadora de estandes para promotora de eventos, foi certeira. "Na nossa primeira feira, em 1992, tivemos apenas 45 expositores e, na segunda, 54. Foi preciso ouvir pessoas do setor e entidades para crescermos", relembrou o presidente do grupo. A feira Febratex foi anual até 1994, batendo o número de 600 expositores. Para entrar no calendário internacional foi necessário adotar a mesma proposta oferecida pela principal feira do mundo, a ITMA (*Textile & Garment Technology Exhibition*), que é itinerante, realizada na Alemanha, Itália,

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

GIORDANA MADEIRA
Para a diretora-executiva de sustentabilidade, inovação e tecnologia, o que tem diferenciado a companhia da concorrencia é estarem abertos para a inovacão

HÉLVIO POMPEO
Fundador e presidente do grupo acredita no poder das aliancas estratégicas com outras feiras para aumentar o número de visitantes no evento

DA FEBRATEX GROUP

Espanha e França, mas que ocorre a cada dois anos. "Realizamos nos anos pares e a cada edição expandimos. Atualmente, temos 2.750 marcas participando da feira", explicou Pompeo.

A cada edição, as cidades que sediam o evento experimentam um impacto econômico, tanto direto quanto indireto. Todo o ecossistema do turismo de negócios é beneficiado, incluindo hotéis, restaurantes, companhias aéreas, serviços de transfer, taxistas, motoristas de aplicativos, serviços e comércio em geral. O setor público não fica de fora, pois o aumento nos negócios gera um acréscimo considerável na arrecadação do Imposto sobre Serviços (ISS) para as prefeituras.

HISTÓRIA Em 2018, a Febratex se transformou na Febratex Group, com matriz em Porto Alegre (RS) e filiais em cidades de São Paulo e Santa Catarina. Para Giordana Madeira, diretora-executiva de Sustentabilidade, Inovação e Tecnologia, e filha do fundador, a indústria têxtil é muito tradicional e familiar — muitas sendo comandada pela segunda geração das famílias. Porém, o que tem diferenciado a companhia da concorrência, de acordo com ela, é a abertura para inovação. "Temos falado muito sobre isso, não só de informação técnica, mas também de trazer conhecimento sobre negócios, inovação e sustentabilidade", disse.

O grupo carrega o posicionamento com sustentabilidade na prática, sendo assinante do Pacto Global promovio pela Organização das Nações Unidas (ONU), além de ser o primeiro do setor têxtil da América Latina a conquistar o Selo Lixo Zero. Na edição de 2023 da Febratex Summit, 92,2% dos resíduos produzidos foram destinados à reciclagem. Dessa forma o Frebatex Group veste sua nova roupa. S

A fórmula da Farma Conde para crescer

Há mais de 30 anos no mercado, grupo entra no setor de franquias, amplia a produção de itens próprios e prevê faturamento de R$ 2 bilhões em 2024

Letícia FRANCO

Resiliência. Foi assim que Manoel Conde Neto, CEO do Grupo Farma Conde, definiu a trajetória de 31 anos da rede de farmácias fundada por ele e a esposa Claudia, em 1993, em Ubatuba, no Litoral Norte de São Paulo. Resiliência, ou seja, superar desafios e se adaptar, é um atributo imprescindível para qualquer negócio que alcança mais de três décadas de atividades. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que apenas uma em cada quatro empresas consegue se manter em atividade por mais de 10 anos no Brasil. Isso evidencia o quão difícil é manter um negócio ativo no País. Ajustar as estratégias também é fundamental para seguir e prosperar. Para o grupo, que além de farmácias possui laboratórios, supermercados, centros de distri-

buição e arena, duas fórmulas foram definidas para aumentar sua receita: expandir tanto suas lojas pelo formato de franquias quanto ampliar o portfólio de seus laboratórios de suplemento alimentar, cosméticos e farmacêutico. Em 2023, a companhia registrou faturamento de R$ 1,5 bilhão. A meta é chegar na casa dos R$ 2 bilhões neste ano.

A primeira fórmula consiste em acelerar o crescimento de farmácias para todo território nacional. Hoje, a rede contempla mais de 500 lojas nos estados de São Paulo e Minas Gerais, sendo aproximadamente 340 unidades próprias e 160 licenciadas e franqueadas. A decisão de lançar as franquias surgiu em 2018, quando o modelo foi testado com lojas licenciadas. "Estamos entusiasmados com os resultados já alcançados até aqui e, com base nisso, nossa expectativa é a de encerrar o ano com mais 40 unidades inauguradas", afirmou Manoel Conde Neto, CEO do Grupo Farma Conde. À DINHEIRO, o executivo acrescentou que a expansão pelo estado de São Paulo é uma prioridade das lojas próprias, enquanto as franquias miram em outras regiões, como Rio de Janeiro, Pará e Mato Grosso. Os investimentos para abrir uma franquia giram em torno de R$ 200 mil.

A estratégia de ingressar no mercado de franquias é uma oportunidade de atrair não apenas novos investidores, mas também farmácias independentes. Em 2023, o varejo farmacêutico apresentou ganho acumulado de 4,7%, completando sete anos consecutivos de crescimento, segundo dados da

MERCADO
Para Manoel Conde Neto, CEO do Grupo Farma Conde, o modelo de franquias é uma oportunidade para converter o varejo independente em farmácias do grupo

Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE. Os números de farmácias no Brasil já passa de 90,9 mil, o que representa uma evolução de 9,9% em dois anos, segundo informa a marca Close-Up International. Desse total, 53,4 mil pertencem ao varejo independente, responsável por 59% dos pontos de venda. É essa fatia de mercado que a Farma Conde quer conquistar, chegando principalmente a farmácias de bairro de cidades do interior.

NOVOS PRODUTOS Outro elemento importante para a nova receita do conglomerado é investir em seus próprios produtos, que são desenvolvidos nos laboratórios da companhia em São José dos Campos, em São Paulo, onde também fica a sede da empresa. O grupo estreou no segmento há 15 anos com o laboratório de suplemento alimentar. Hoje, já atua com pesquisas e desenvolvimento de cosméticos e medicamentos. Protetor solar, hidratantes corporal e labial e vitaminas são alguns dos mais de 300 SKUs da marca própria da Farma Conde. A novidade agora é o segmento de medicamentos, tendo sob sua marca a linha de MIP - medicamentos isentos de prescrição. A produção deve iniciar em setembro deste ano. "Estamos fazendo pesquisas com países como Israel, Índia e China para trazer medicamentos inovadores para o Brasil", afirmou o CEO.

Ter cada vez mais produtos de marca própria também é uma forma de atrair clientes e franqueados. De acordo com Éder Souza Luz, head de franquias da Farma Conde, a ideia é oferecer ao franqueado uma série de benefícios. "Marcas exclusivas, logística, gestão de loja, condições comerciais, marketing, treinamento e qualificação fazem parte da nossa proposta", disse. Se foi necessário resiliência para se manter no mercado ao longo de três décadas, agora a receita para os próximos anos é unir tradição e inovação, ao apostar em novos componentes para a expansão dos negócios.

90,9 mil FARMÁCIAS ESTÃO EM OPERAÇÃO NO BRASIL ATUALMENTE

59% DOS PONTOS DE VENDA PERTENCEM AO VAREJO INDEPENDENTE

R$ 1,5 bilhão FOI O FATURAMENTO DA FARMA CONDE NO ANO PASSADO

Rede de oficinas mecânica francesa chega ao Brasil com plano ousado de conquistar o País, com a meta de abrir 250 centros automotivos em 5 anos com modelo de franquia

Allan RAVAGNANI

POINT S PÕE A MÃO NA GRAXA

Marco Moretta é um velho conhecido no setor automotivo, com mais de 30 anos de carreira. Ele também já passou pelas páginas da DINHEIRO, lá em 2012, quando o engenheiro mecânico apaixonado por automóveis ilustrou uma matéria como executivo da fabricante de pneus Michelin no Brasil. Nesse período de 12 anos, algumas mudanças. Moretta trocou a francesa dos pneus pela francesa da graxa, e agora representa no Brasil uma rede internacional de oficinas mecânicas que tem um plano de expansão bastante ambicioso no território brasileiro.

Criada na França em 1971, a rede Point S se tornou líder mundial na venda de pneus e manutenção de

 FOTO: MARCO ANKOSQUI

Nossa grande meta é ganhar a confiança das pessoas e ser uma referência no mercado automotivo brasileiro"

MARCO MORETTA
DIRETOR-GERAL DA POINT S NO BRASIL

automóveis. Sucesso na Europa, a empresa se espalhou pelo mundo e hoje tem cerca de 6,2 mil lojas espalhadas por 51 países. Chegou ao Brasil em 2022 com operações em Recife (PE), Imperatriz (MA), Vitória (ES) e São Paulo (SP). O Grupo vende mais de 20 milhões de pneus por ano e fatura 5 bilhões de euros anuais.

Moretta disse à DINHEIRO que aceitou liderar o desafio por conhecer a força da marca e a seriedade do trabalho, que emprega 23 mil pessoas pelo mundo. A ambição da companhia é desenvolver uma rede de mais de 250 lojas no Brasil nos próximos cinco anos, com investimento de R$ 175 milhões. "A marca é consolidada na Europa. Na França são mais de 600 unidade. Também é forte na Alemanha, Itália e no Canadá. Nos EUA tem 500 pontos de venda e na China são 1 mil unidades. Depois de entrar na América Latina pelo Brasil, estamos estudando ir para o México e a Colômbia", afirmou.

A Point S acredita que o Brasil oferece grande oportunidade, por ser a primeira iniciativa global de oficinas que chega ao País, cujo mercado ainda é dominado por pequenos proprietários familiares e empresas locais. "No Brasil hoje são 119 mil unidades entre centros automotivos e oficinas, sendo que 95% são mecânicas de bairro, em um mercado que movimenta R$ 72 bilhões por ano em peças e mão de obra", disse. O executivo prevê que o mercado de autopeças vai dobrar de tamanho. "Se hoje é US$ 13 bilhões, deverá chegar a US$ 25 bilhões em 2040 com os carros que têm mais tecnologia agregada." Hoje, o tíquete médio das oficinas está em R$ 1,2 mil. São 47 milhões de veículos em circulação e a cada ano entram mais 2 milhões no Brasil.

Outro ponto a ser explorado é justamente o fato de ser um mercado pouco profissionalizado. "Dessas 119 mil unidades, apenas umas 5 mil são estruturadas", reforçou. A ideia é que a Point S seja um espaço de confiança onde pessoas que não são iniciadas em mecânica automotiva possam deixar seus carros para pequenos reparos, troca de pneus e manutenção preventiva sem achar que estão sendo enganadas. "Nossa grande meta é ser uma referência nesse mercado automotivo", disse.

FRANQUIAS A Point S oferece dois modelos distintos de franquias: o Pacote Plus e o Pacote Conversão. A rede pretende expandir rapidamente por meio dos franqueados. O Pacote Plus é composto por uma entrega completa, que visa atrair investidores. São empreendedores que não precisam ter necessariamente experiência no segmento automotivo e que serão assessorados antes, durante e após a implantação do seu negócio. O investimento inicial parte de R$ 600 mil.

Moretta explicou que a equipe da Point S oferece treinamento técnico e comercial para toda o time das franquias, além de dar direcionamento na gestão do negócio para os franqueados, auxiliando em todas as áreas do novo negócio, como compras, gestão do estoque, ações comerciais, marketing e treinamento da equipe. O plano de expansão visa atingir 250 franqueados até 2028. Já o Pacote Conversão vislumbra chegar aos empresários que já atuam no segmento de pós-venda automotivo. São oficinas ou centros automotivos regionais que, enxergando os desafios dessa vertical de negócios em um futuro breve no País, partem para um upgrade. "A eletrificação automotiva vai vitimar milhares de pequenos estabelecimentos que não se atualizarem", apontou. Representando outra francesa com potencial de dominar o mercado automotivo pelo Brasil, Moretta agora quer envolver os próprios brasileiros neste negócio. **S**

72 BI DE REAIS É QUANTO MOVIMENTA O MERCADO DE OFICINAS POR ANO NO BRASIL, COM PEÇAS E MÃO DE OBRA

119 MIL OFICINAS E CENTRO AUTOMOTIVOS FUNCIONAM NO BRASIL. DESSES, APENAS 5% É ESTRUTURADO

CHOCOLATE SEM EMISSÃO Barbara Sapunar, diretora da Nestlé Brasil, e Marcelo Melchior, CEO da companhia: meta é se tornar uma empresa Net Zero em 2050

NESTLÉ MAIS VERDE

Companhia suíça anuncia plano de plantio e cultivo de 6 milhões de árvores nativas no Cerrado e na Mata Atlântica para apoiar áreas degradadas das bacias dos rios Doce e São Francisco

Allan RAVAGNANI

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

A Nestlé anunciou seu maior projeto de reflorestamento no Brasil com o objetivo de plantar e garantir a manutenção de 6 milhões de árvores e contribuir com a restauração de 4 mil hectares – equivalentes a 4 mil campos de futebol – em áreas de Cerrado e Mata Atlântica no estado de Minas Gerais. A iniciativa é parte do Programa Global de Reflorestamento da companhia, que vai plantar e cultivar 200 milhões de árvores nativas até 2030, em diversos biomas associados à produção de ingredientes que a empresa consome em todo o mundo. O programa é uma das iniciativas da empresa para contribuir com a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas e se tornar Net Zero em 2050.

"A urgência climática é uma realidade que nos leva a olhar todas as atividades de forma sistêmica, com a ambição não apenas de sustentar, mas de regenerar os sistemas alimentares", afirmou Barbara Sapunar, diretora-executiva de business transformation na Nestlé Brasil. Segundo ela, a empresa está expandindo as práticas de agricultura regenerativa nas principais cadeias produtivas para proteger e ajudar a restaurar os sistemas alimentares. A expectativa é que o cultivo de árvores em áreas onde a empresa compra seus principais ingredientes contribua com a fertilidade do solo e um ecossistema mais saudável.

A fase de plantio será realizada até 2027. Serão plantadas mudas de mais de 100 espécies nativas no entorno de nascentes, córregos e rios que fazem parte das bacias hidrográficas dos rios Doce e São Francisco. A área de abrangência é planejada para ir da capital mineira, Belo Horizonte, a Montes Claros, no norte do estado. Após o plantio, as áreas serão monitoradas até que as florestas se consolidem. "Queremos contribuir com a recuperação da biodiversidade desses territórios, e também com a qualidade de vida das pessoas, por meio da criação de oportunidades de emprego e renda", afirmou Barbara Sapunar.

A companhia mantém programas de sustentabilidade nas cadeias de fornecimento de cacau, leite e café. Em 2025, a Nestlé planeja atingir 100% de compras de cacau sustentável, por meio do Nestlé Cocoa Plan, programa de sustentabilidade que reúne mais de 6,5 mil produtores. Na cadeia do leite, o programa de sustentabilidade Nature por Ninho trabalha em parceria com cerca de 1,2 mil produtores, difundindo e monitorando práticas de cuidados com o solo, a água e o bem-estar animal. Na cadeia do café, o Cultivado com Respeito, criado há mais de 10 anos, é o maior programa de sustentabilidade da cafeicultura no mundo. São 1,5 mil fazendas certificadas, com 100% de rastreabilidade da matéria-prima comprada pela Nestlé.

Com financiamento integral da Nestlé, a iniciativa será gerenciada pela NatureCo, empresa australiana, líder em soluções baseadas na natureza, que trabalha em parceria com uma rede global de ONGs ambientais. Neste projeto, a parceira local é o Instituto Espinhaço, ONG ambiental, localizada em Minas Gerais, com foco em reflorestamento para recuperação de bacias hidrográficas.

FLAGSHIP NEO
Espaço de duração temporária, criado com materiais produzidos em impressora 3D, que após desmontado tem os resíduos reaproveitados, reciclados ou compostados

COMPOSTAGEM Após encomendar uma pesquisa sobre o conhecimento da população sobre compostagem, a NESCAFÉ® Dolce Gusto NEO, marca da Nestlé de cafés em cápsulas, lançou a primeira cafeteira que utiliza cápsulas compostáveis, que se decompõem naturalmente em seis meses, assim como as cascas de frutas. As cápsulas são produzidas com papel certificado pela organização não governamental FSC (Forest Stewardship Council) e um polímero biodegradável compostável.

"Percebemos que ainda existem alguns mitos quando falamos em compostagem, principalmente para quem mora em espaços menores e por não acharem possível ter resíduos suficientes para o processo. O fato de existir pouca informação sobre as etapas faz com que muitas pessoas desistam da prática e voltem a descartar seus resíduos de outra maneira", afirmou Cecilia Seravalli, gerente de ESG de cafés Nestlé.

A companhia quer ter 30% das principais matérias-primas, leite, café e cacau, por meio de propriedades que aplicam práticas regenerativas até 2025. Além disso, também visa reduzir 1/3 do plástico virgem de suas embalagens e ter 100% delas desenhadas para serem recicladas e ou reutilizadas. S

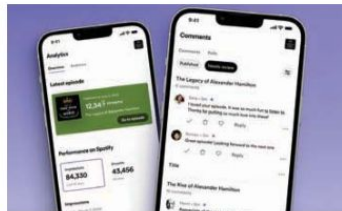
CÁPSULA VERDE
Dolce Gusto NEO, marca da Nestlé de cafés em cápsulas, lançou cafeteira que utiliza cápsulas compostáveis, que se decompõem naturalmente em seis meses

BANCOS MAIS INTELIGENTES

Estudo do IBM Institute for Business Value aponta que 86% das organizações bancárias em todo o mundo desenvolvem e se preparam para entrar em operação com casos de uso de Inteligência Artificial generativa. Uns de forma mais avançada, outros com apenas uma ferramenta. As inovações servem para habilitar novos negócios, melhorar a relação com clientes, ganhar produtividade no desenvolvimento de aplicações, desenvolver colaboradores, mitigar riscos nas operações de TI, remodelar suas operações essenciais e reforçar a segurança cibernética. Confira os principais insights da pesquisa:

SOB MUSK, **X FICA ESTAGNADO**

A base de usuários do X permaneceu estagnada desde que Elon Musk adquiriu a empresa de mídia social, em outubro de 2022. De acordo com um novo relatório do Financial Times, com dados do segundo trimestre de 2024, o antigo Twitter possui 251 milhões usuários ativos diários globais. Representa um aumento de apenas 1,6% nos usuários do X em comparação ao mesmo período do ano passado. Um ano antes de Musk assumir o comando da plataforma, o crescimento havia sido de dois dígitos, adicionando dezenas de milhões de novos usuários no período. O X não tem compartilhado abertamente os números de seus inscritos desde que o empresário comprou a rede social. É o atual modus operandi da companhia. Sem transparência.

SPOTIFY ADICIONA COMENTÁRIOS AOS PODCASTS

Um novo recurso está disponível no tocador no Spotify. Agora, os ouvintes podem comentar os episódios de podcasts. Essa interatividade foi lançada para aumentar a retenção e o engajamento dos usuários da plataforma sediada na Suécia. Os apresentadores de conteúdo podem curtir e responder aos comentários com controle total sobre quais são exibidos. Outros recursos interativos anteriores, como enquetes e perguntas e respostas, já tiveram um engajamento significativo, com 9 milhões de ouvintes participando somente neste ano, um aumento de 80% em relação ao ano passado. Essa mudança coloca o Spotify em competição direta com o YouTube pela interação. Após sua incursão em podcasts de vídeo, testados pela primeira vez em 2021 e expandidos em 2022, o Spotify agora ostenta mais de 250 mil podcasts de vídeo.

INFOGRÁFICO: FABIO X | FOTOS: GETTY IMAGES | DIVULGAÇÃO

No mundo

bancos que vão implementar pelo menos um caso de uso de IA generativa em seus negócios **86%**

estão aplicando a tecnologia em pelo menos um caso de uso **78%**

estão indo além, com um foco mais sistemático e abrangente, na implementação de IA nos negócios **8%**

veem maior valor no controle de risco, relatórios de conformidade e engajamento do cliente **60%**

CEOs dos bancos no mundo que apontam novas vulnerabilidades para cibersegurança **76%**

relatam insegurança jurídica relacionada às operações **72%**

têm dificuldades no controle da precisão dos resultados **67%**

Na América Latina

31% das instituições da América Latina focam no uso da tecnologia para engajamento dos clientes

25% dos bancos latinos miram operações de risco, compliance e segurança (25%), bem como em RH, marketing e compras (25%)

25% também exploram melhorias em recursos humanos, marketing e operações de compras

19% em desenvolvimento de TI (19%)

MARCELO FLORES, GERENTE-GERAL DE IBM CONSULTING BRASIL

"ESTAMOS EM UM MOMENTO DE IR ALÉM E DESBLOQUEAR POSSIBILIDADES CADA VEZ MAIS AMPLAS PARA MELHORAR O DESEMPENHO E A EFICIÊNCIA DOS NEGÓCIOS COM RESULTADOS CONCRETOS, GOVERNANÇA E ESCALABILIDADE"

DUOLINGO AVANÇA EM **DESIGN GRÁFICO**

O famoso aplicativo de aprendizado de idiomas Duolingo fez sua segunda aquisição na área de design após seu IPO de 2021. A empresa comprou o estúdio de animação Hobbes, sediado em Detroit (EUA). O aplicativo já havia adquirido em 2022 o Gunner, outro estúdio de animação e design. "Estamos investindo na crença de que uma experiência de produto mais animada é mais divertida e agradável, e leva a melhores resultados de aprendizagem", disse o diretor de design do Duolingo, Ryan Sims.

9,9 BILHÕES

Esse é o número de senhas vazadas recentemente por hackers, o que tem sido considerado por especialistas o maior vazamento de credenciais de todos os tempos. Os dados estão no arquivo 'RockYou2024', postado em um fórum popular de haking. "O Natal chegou mais cedo este ano", escreveu o usuário 'ObamaCare' no fórum. "Apresento a vocês uma nova lista de senhas rockyou2024 com mais de 9,9 bilhões de senhas!" Mais tentativas de ataques cibernéticos à vista.

BLOCO DE NOTAS **(ENFIM) ATUALIZADO**

A Microsoft atualizou de forma discreta seu Bloco de Notas do Windows 11, que agora tem recursos de verificação ortográfica e correção automática. O aplicativo existe desde 1983 e pela primeira vez desde então recebe uma atualização significativa. Claro que não vai funcionar como o Microsoft Word, onde linhas onduladas abaixo de uma palavra com erro de ortografia serão sua chave para consertá-la com um clique direito. Nem é a pretensão da companhia. Mas é um avanço. Pequeno, mas um avanço.

IA EFICIENTE, RÁPIDA E BRASILEIRA

Plataforma Few-shot Learning, lançada pela Embrapii, reduz custos e tempo do aprendizado de máquinas ao analisar menos dados com maior precisão

Aline ALMEIDA

Um salto no desenvolvimento da Inteligência Artificial brasileira. É assim que a Embrapii (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) encara o lançamento da plataforma de Few-shot Learning, uma ferramenta que utiliza método de estrutura de aprendizado da máquina na qual um modelo de IA aprende a fazer previsões precisas em um número muito pequeno de exemplos rotulados. Assim, abre-se um mundo de possibilidades para empresas de todos os setores, segundo a organização social que nasceu em 2013 com o propósito de contribuir para as principais necessidades de inovação das companhias e dos institutos do País.

Com a plataforma de Few-shot Learning é possível revolucionar os processos de identificação, segmentação e classificação de objetos e documentos em texto. Segundo Marcelo Prim, diretor de operações da Embrapii, o projeto foi conduzido com o intuito de trazer maior impacto da organização à indústria. Para ir além do modelo tradicional, focando em desenvolver projetos que são de maturidade tecnológica menor. "São produtos ou tecnologias que ainda não estão prontos para entrar no mercado, mas que a empresa tem curiosidade e interesse em desenvolver, pois poderiam aumentar significativamente o impacto de seus produtos nos negócios", disse o executivo da Embrapii, que possui contrato de gestão com o governo federal, por meio dos Ministérios da Ciência, Tecnologia e Inovação; do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços; da Saúde; e da Educação.

O piloto deste projeto partiu do princípio de criar uma IA brasileira capaz de ser treinada com uma quan-

> **"Se o mercado souber para que serve essa tecnologia e qual impacto ela traz, haverá mais confiança para investir"**
>
> **MARCELO PRIM**
> DIRETOR DE OPERAÇÕES DA EMBRAPII

tidade reduzida de dados. Anteriormente, dependendo da demanda, era necessário utilizar milhares ou até milhões de informações para que a máquina pudesse realizar identificações precisas. Esse processo prolongava o tempo de pesquisa e aumentava significativamente os custos de execução, tornando, em alguns casos, inviável a produção dos trabalhos. Com este método, o aprendizado de máquina se torna realidade independente da quantidade de dados.

Essa tecnologia inovadora impulsiona aplicações como diagnóstico de imagens médicas, inspeção visual em linhas de produção, contagem de objetos, mapeamento de anomalias em imagens de culturas agrícolas (como doenças em plantas, presença de ervas daninhas e detecção de linhas de plantio), reconhecimento de gestos, classificação de textos, chatbots específicos e geração automática de diálogos. "Abraçamos essa tecnologia que permite treinar e criar um método para que a Inteligência Artificial se treine sozinha", disse Prim.

CHATGPT A nova ferramenta só consegue otimizar tempo e custo porque são utilizadas duas tecnologias de ponta. A primeira é a visão computacional, que permite o software realizar a segmentação, identificação e classificação de objetos a partir de imagens. E a segunda, o processamento de linguagem natural, semelhante ao usado pelo ChatGPT, em que a máquina pode ser treinada para caracterizar e rotular textos. Isso tem aplicação prática na análise e organização de contratos e documentos em geral.

Esse é o primeiro projeto realizado em aliança entre unidades da Embrapii, empresas e startups, na modalidade Basic Funding Alliance (BFA). Por ser uma tecnologia de baixo grau de maturidade e maior risco de inovação, o modelo permite o investimento de até 90% do valor do contrato. Neste caso específico, o projeto recebeu R$ 1 milhão em recursos não reembolsáveis e cerca de R$ 100 mil reais de unidades e empresas consorciadas.

Para o diretor da organização social, quanto mais as empresas tiverem consciência do impacto da maturidade e da inovação, e a indústria brasileira entender a relação de causa e efeito das tecnologias, mais confiança terão para investir. "A partir do momento que o mercado sabe para que serve essa tecnologia e qual impacto ela traz, haverá mais confiança para continuar investindo."

Além de parcerias com empresas públicas e privadas, durante esses anos de atuação já conta com mais de 2,7 mil projetos, totalizando mais de R$ 4 bilhões aplicados.

POR MARCOS **STRECKER** colaborou ALINE **ALMEIDA**

PARA FUGIR DO FRIO

MALDIVAS EM GRANDE ESTILO

O resort de luxo de luxo Niyama Private Islands promete uma experiência única nas Maldivas. Ele se estende por duas ilhas gêmeas, Play e Chill, e inclui restaurantes, acomodações e atividades. Além de desfrutar a praia, passeios de barco e surf, os hóspedes podem utilizar bicicletas personalizadas que são fornecidas em cada vila para facilitar a exploração das ilhas, de dia ou de noite. Cada uma das 134 acomodações permite um retiro afastado, mesmo com sua capacidade total. Há desde vilas em frente à praia para uma experiência pé na areia até os conhecidos bangalôs sobre a água. Todas as unidades possuem decks para bronzeamento, banheiros com chuveiros externos, piscinas privativas ou jacuzzis. Nos bangalôs maiores, há ainda área de estar e jantar. Nos de três quartos, duas piscinas e uma sala particular para tratamento de spa. Independentemente da acomodação, todos os hóspedes têm o serviço particular de Thakuru (mordomo) à disposição. As instalações "master" se chamam Crescent: são cinco bangalôs com piscinas privativas para até 14 adultos e oito crianças. Neles, há um chef particular, dois mordomos, uma governanta e atividades gratuitas, incluindo um cruzeiro ao pôr do sol.

Além do contato privilegiado com a natureza em meio ao Oceano Índico, o complexo também proporciona gastronomia selecionada com vários restaurantes, um deles a meio quilômetro da costa, acessível apenas por uma lancha. Entre as várias opções, cozinhas tailandesa, chinesa, japonesa, indonésia ou africana. O spa tem vista para o oceano em cada uma das suas seis salas, onde é possível desfrutar um tratamento corporal que usa ingredientes locais como areia de coral das Maldivas e óleo de coco. Também há atividades como pesca desportiva, passeios de barco ao pôr-do-sol, cruzeiro com golfinhos, mergulho e snorkel, a qualquer hora do dia ou da noite. Para se manter em forma, há uma academia, quadra de tênis, vôlei de praia e aulas de ioga. E para o lazer, os clientes podem assistir a filmes ao ar livre na areia. O resort fica a 40 minutos de hidroavião de Malé ou a 30 minutos de voo doméstico para o Aeroporto de Dhaalu. As diárias começam a partir de US$ 1.060 (cerca de R$ 5.800) para duas pessoas com café da manhã e jantar. Mais informações em www.niyama.com/pt.

REQUINTE ESPORTIVO

BREITLING X TRIUMPH MOTORCYCLES

Uma das principais relojoarias suíças, a Breitling se associou à Triumph Motorcycles, conhecida marca britânica de motos, para lançar o relógio Chronomat B01 42 Triumph. E a fábrica do Reino Unido lança ao mesmo tempo a motocicleta de edição limitada Speed Triple 1200 RR Breitling. Quem adquirir uma das 270 motos especiais desta parceria terá o privilégio de comprar o modelo feito sob encomenda da Breitling, que é composto de titânio e ouro vermelho de 18 quilates, finalizado com um mostrador cinza antracite. Além de possuir um dos designs mais elegantes entre os produtores suíços, a grife tem uma história ligada à aventura: inventou o cronógrafo moderno e foi pioneira no desenvolvimento de peças com ferramentas de navegação. Cada relógio está avaliado em R$ 76.470.

DESIGN CRIATIVO

TECNOLOGIA PARA OUVIR

O estúdio Mula Preta, fundado pelo designer de produtos André Gurgel e pelo arquiteto Felipe Bezerra, é reconhecido pela criatividade, bom humor, irreverência, inovação e originalidade. A dupla lança uma nova coleção de objetos de decoração de luxo que tem como destaque a caixa de som bluetooth Apito. Feita de madeira certificada e equipada com o sistema de som da Magna, a peça possui dois drivers ativos de duas vias, um sistema de graves com porta, 200W de amplificação digital classe D bi-amplificado, DSP para reprodução de áudio adaptativa com M-ANC (curva neural adaptativa Magna), resposta de frequência de 65Hz a 20kHz e bluetooth 5.1 com função TWS. Também pode ser acompanhada de um subwoofer. A caixa de som Apito está disponível por R$ 9.987.

ACESSÓRIO PREMIUM

NOVA COLEÇÃO **EMERALD DA RIMOWA**

A grife alemã Rimowa lança a coleção Emerald, inspirada no requinte e na beleza das esmeraldas. Além de remeter à joia, a coleção também traz um sistema de compressão que permite ao viajante empacotar mais itens enquanto os mantém em ordem. O lançamento é acompanhado da bolsa Personal Cross-Body em alumínio na mesma cor. O interior da bolsa apresenta dois compartimentos abertos, um bolso com zíper e três divisórias de cartão para guardar itens essenciais. Uma alça removível de couro vem em um tom de verde complementar. O conjunto se beneficia da garantia vitalícia da maison alemã, que é famosa pelo uso de alumínio, criou o visual icônico com frisos e tem tradição em objetos premium desde 1898. A nova tonalidade Emerald está disponível em três tamanhos diferentes, incluindo a Cabin (R$ 8.500), Check-in L (R$ 10.650) e Trunk Plus (R$ 13.850). A bolsa sai por R$ 9.500.

NOVA FÓRMULA Especializado em empresas familiares, Denilson Moraes quer mudar o paradigma da rede de doces finos: mais lojas e associação com ícones gastronômicos

A NOVA RECEITA DA OFNER

O CEO da tradicional confeitaria paulistana, Denilson Moraes, quer expandir a rede para além das fronteiras da cidade. E deseja ousar: depois de uma ação com o Cordon Bleu, ele prepara uma parceria com o chef Jefferson Rueda para turbinar um dos carros-chefes da marca: a coxinha

Marcos STRECKER

Denilson Moraes é um daqueles CEOs talhados para missões específicas. No caso, dedicar-se a empresas familiares que desejam crescer e se modernizar. Além desse talento, Moraes também acabou se especializando em um ramo ainda mais nichado, digamos, do mundo da gestão empresarial: o das delícias gastronômicas. Ele está à frente de uma das marcas mais tradicionais de São Paulo, a rede Ofner, conhecida dos paulistanos há mais de 70 anos pela sua produção fina e artesanal de patisserie, salgados, chocolates e gelatos.

Foi assim que Moraes atuou em mais de nove anos no grupo La Pastina, onde liderou o crescimento da importadora de vinhos World Wine, tornou-se braço direito e amigo pessoal de Celso La Pastina, mas teve a difícil tarefa de assistir o dono quando este morreu prematuramente de Covid, em agosto de 2020. O executivo chegou lá depois de começar no agronegócio, na Rosarial Alimentos, interior de São Paulo. Em seguida, passou três anos na JBS, trabalho que o levou a percorrer unidades do grupo frigorífico pelo País. A expertise não foi desenvolvida apenas pelo jeito bonachão e confiável que o coloca à vontade em meio às delicadas relações em família. O gestor também participou de programas em universidades como MIT, Stanford e Harvard, além da FGV.

Mas o que a Singularity University,

meca dos empreendedores descolados no Vale do Silício (também frequentada por Moraes), tem a ver com confeitaria? Para o CEO, tudo. Na Ofner, onde está desde agosto passado, ele tem como uma de suas missões rever conceitos e expandir a rede, mas sem perder a qualidade essencial da marca: o atendimento individualizado em unidades próprias. Os clientes "adotam" as lojas e acabam conhecendo os funcionários pelo nome, ganhando com isso um atendimento personalizado. Essa "fidelização" natural garante mais de meio século de tradição da marca, que é genuinamente paulistana.

PARCERIA
Jefferson Rueda, premiado chef da Casa do Porco, vai colaborar na renovação de um dos carros-chefes da rede: as coxinhas

MODELO DE NEGÓCIOS Isso nunca vai deixar de ser assim, segundo o CEO. Ele diz que esse modelo de negócios é "inegociável". Não faz parte dos planos fornecer os produtos para outras redes venderem hits como tortinha de morango, éclair e mil folhas, por exemplo, ainda que isso ocorra em outros estados em pontos "selecionadíssimos", assim como foi a experiência de levar as delícias da marca para Miami e Nova York. Mas a rede de lojas pode crescer. Foi o que aconteceu com a inauguração da nova unidade do grupo, no Aeroporto Internacional de Guarulhos. E o executivo acaba de assinar o contrato para abrir uma unidade em Campinas, a vigésima sexta, um passo de gigante para a empresa fundada em 1952 e adquirida em 1972 por três imigrantes portugueses, os irmãos Américo e Mario Martins da Costa e o sócio José da Costa. "É uma mudança de paradigma", diz o CEO, depois de respirar fundo.

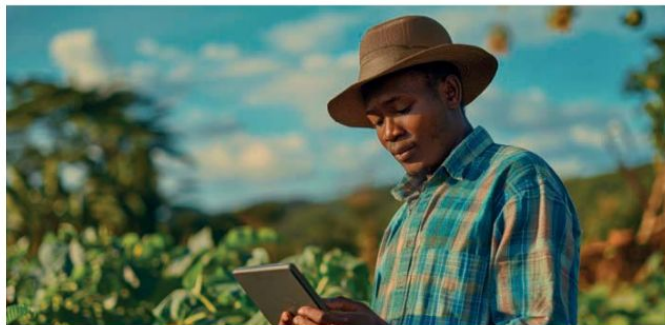
Ao mesmo tempo em que aperfeiçoa os processos internos, o executivo também toca um retrofit das lojas, que ganham um ar mais moderno sem perder o tradicional sabor familiar. Uma das "verticais" de crescimento é a produção sob encomenda para ocasiões especiais como casamentos e aniversários. Além disso, o CEO deu novos ares à produção própria, que já tinha a renovação constante como uma de suas marcas (como o recente festival de pistache, que fez novas iguarias serem integradas ao cardápio após exigência dos frequentadores: o pão de queijo de pistache, além do éclair, brigadeiro e frapê do fruto seco agora são permanentes, assim como o gelato cremino di portofino). No ano passado, Moraes fez parceria com o Instituto Le Cordon Bleu, referência em gastronomia na França. A iniciativa levou à criação de seis doces com visual moderno e criativo, mas sem perder o toque artesanal, claro. Culminou na criação de um hit que viralizou na redes sociais no Natal: o panettone crème brûlée.

FAMILIAR
Os sócios Mario Martins da Costa (primeiro à esq.), José da Costa (terceiro) e Américo Martins da Costa (quarto) com demais diretores da Ofner

Este ano, Moraes prepara uma novidade igualmente "impactante". Está fechando uma parceria com Jefferson Rueda, o premiado chef da Casa do Porco, para turbinar um dos carros-chefes da Ofner: as coxinhas. A novidade poderá ser degustada nos próximos meses, em ação que ainda é mantida em segredo. Além de aguçar o paladar dos habitués e conquistar novos fregueses, a inovação vai ajudar a engordar os números da rede, que já são grandes. Por mês, 400 mil doces de vitrine e meio milhão de coxinhas são vendidos. E no próximo pico sazonal, no fim de ano, a produção deve se exceder. A estimativa é vender 3 milhões de unidades de panetones no Natal.

COOPERATIVAS

CRÉDITO RURAL DO SICOOB VAI BATER R$ 53 BILHÕES

O Plano Safra anunciado pelo governo Lula até pode ser o maior da história em termos absolutos, mas a cautela do empresariado, em especial os financiadores, ainda está presente. Apesar do aumento na liberação de crédito na passagem da safra 23/24 para 24/25, o ritmo de crescimento tem caído. Exemplo disto é o Sicoob, que se diz otimista com a Safra deste ano, e prevê liberar cerca de R$ 53,4 bilhões em crédito rural através das mais variadas linhas de financiamento. A cifra é 10% maior que no período anterior, mas mostra uma desaceleração no volume de incremento safra a safra. Ano passado, quando comparado com as produções previstas na safra 22/23, o incremento havia sido de 29%.

Segundo Francisco Reposse Junior, diretor Comercial e de Canais do Sicoob, a empresa segue focada em oferecer as melhores opções, com atenção especial aos produtores de menor porte. A previsão da empresa é de liberações na ordem dos R$ 4,1 bilhões para custeio e industrialização e R$ 1,5 bilhão para investimentos por meio do Pronaf; R$ 8,2 bilhões para custeio e R$ 650 milhões para investimentos via Pronamp; R$ 9,4 bilhões para demais custeios, comercialização e industrialização; R$ 500 milhões para demais investimentos; além de R$ 1,7 bilhão como repasse livre, R$ 2,9 bilhões via BNDES, R$ 538 mil para Fundos, R$ 1,3 bilhão para Funcafé, R$ 17,8 bilhões CPRF e R$ 4,5 bilhões RPL Singular.

1,32 bilhão Foi a captação da Natura por meio da 13ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em série única. Os títulos possuem metas de sustentabilidade, com foco no desenvolvimento de bioingredientes da sociobiodiversidade.

100 milhões Foi o investimento anunciado pela Fluxus, empresa de óleo e gás dos empresários Joesley e Wesley Batista, em ativos na Bolívia até 2028 para produzir mais gás natural em 3 campos recém-adquiridos no país. O investimento fará a produção diária ir de 100 mil m³ de gás para 1,1 milhão.

BANCOS

SANTANDER CRIA CRÉDITO IMOBILIÁRIO SEM POUPANÇA

Com a perspectiva de redução dos recursos da poupança para alimentar as linhas de crédito imobiliário, o Banco Santander buscou no mercado de capitais uma solução para suprir o funding necessário para atender a demanda. Trata-se de um financiamento para incorporadoras que buscam alternativas para depender menos da tradicional caderneta. Chamado de Ciclo Estendido, o produto de crédito para empresas do setor usa a estrutura de certificados de recebíveis imobiliários (CRI) como principal fonte de recursos. Segundo o banco, a solução abrange tanto o momento pré-obra, quando há compra do terreno e lançamento do projeto, quanto a própria edificação e o período após a construção já estar pronta, no qual a companhia precisa fazer o repasse dos financiamentos das unidades vendidas na planta para as instituições financeiras.

"É um produto inovador, porque temos uma maneira de financiar o ciclo imobiliário sem a dependência da poupança", afirma o diretor de negócios imobiliários do banco, Sandro Gamba. De acordo com o executivo, "um ponto importante do projeto é buscar alternativas de funding para o setor". O diretor do Santander explica que a estratégia da instituição prevê concentrar os recursos subsidiados da caderneta no crédito para pessoa física e utilizar mais o mercado de capitais no caso das empresas.

VOCÊ NÃO TEM TEMPO? ATENÇÃO...

JORGE SANT'ANNA
DIRETOR-PRESIDENTE E COFUNDADOR DA BMG SEGUROS E MEMBRO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS

Em 1995 o sociólogo italiano Domenico de Masi, lançou o livro *O ócio criativo*, nos presenteando com uma visão completamente nova sobre a forma como a sociedade contemporânea enxerga a relação entre a produtividade e o trabalho.

Já naquela época, o sociólogo nos alertava para a necessidade de dedicarmos nosso tempo, não apenas à massiva rotina do nosso trabalho do dia a dia, mas também criando espaço para atividades culturais, sociais, de entretenimento e principalmente autodesenvolvimento. Em sua visão, estes são combustíveis fundamentais para a criatividade e inovação. Hoje este conceito está mais do que comprovado, muito embora vários de nós [e muitas de nossas empresas], ainda estejam aprisionados no conceito antigo do trabalho exaustivo, premiando aqueles que ficam no escritório por longas horas e não aqueles que realmente são eficientes no que fazem. Tal conceito está enraizado em nossa formação religiosa, sobretudo católica, onde o lema principal é trabalhar, trabalhar e trabalhar, não se importando com o resultado ou a qualidade do que é produzido.

Se em 1995 já havia tal alerta para necessidade de paramos para criarmos espaço para reflexão e criatividade – e isso era um desafio quase impraticável na vida da maioria dos executivos, o que dizer de nossos dias.

Somos bombardeados por todo tipo de distração, distrações estas que consideramos inevitáveis. Sofremos um constante sequestro de nossa atenção, protagonizado pelos mais diversos ofensores, tais como, e-mails, rede sociais, WhatsApp, Teams, Zoom entre outros. E o que é pior, nos sentimos cativos por estes instrumentos, não responder uma mensagem no preciso momento em que ela chegou, tornou-se um desafio quase instransponível.

Entramos nas reuniões, em almoços, jantares, e em praticamente todos nossos compromissos, empunhando nossos celulares, que nos permitem estar em qualquer lugar, menos ali, onde deveríamos estar presentes, atentos e, porque não dizer, respeitando nossos interlocutores.Fazemos isto tendo com presunção que somos multitarefas, que podemos lidar com várias distrações ao mesmo tempo e no mesmo nível de profundidade. Um grande engano.

Um estudo coescrito por David Meyer, cientista cognitivo da Universidade de Michigan, sobre as limitações da multitarefa (*Executive Control of Cognitive Processes in Task Switching*) se tornou viral em 2001, abordando pela primeira vez osefeitos relacionadosà queda de produtividade e desempenho, quando executamos atividades simultâneas. Ao contrário do que pensamos, não conseguimos realizar duas tarefas cognitivamente complicadas ao mesmo tempo. Quando estamos em uma reunião e ao mesmo tempo no WhatsApp, na verdade estamos alternando atividades em nosso cérebro, já que existe apenas um canal mental e neural através do qual a linguagem acontece. "Se você tem uma tarefa complicada, ela requer toda a sua atenção, e se você está tentando distribuir sua atenção por várias tarefas, não vai funcionar", diz ele.

A distração multitarefa, nos empurra para nosso modo mental "automático" diminuindo significativamente a nossa experiência do momento presente. Estar presente é o que nos permite entrar num estado de fluxo e ter um melhor desempenho. Não conseguimos desenvolver relações empáticas, profundas e produtivas se estamos alternando nossa atenção entre nosso interlocutor e tantas outras fontes de distração.

A arte da liderança depende fundamentalmente da nossa capacidade de captar e direcionar eficazmente a atenção de um grupo. Em seu livro *Focus*, o escritor e jornalista científico Daniel Goleman enfatiza que nossa capacidade de direcionar o foco de uma organização, para uma determinada direção, no momento correto, depende do nível de autoconsciência do líder. Descobrir nossas fortalezas e fraquezas requer atenção intensa e a contínua de autoconhecimento, além da empatia emocional com nossos liderados.

Enfim, não desenvolvemos empatia sem atenção legitima, humilde e humana. Sem empatia não lideramos de verdade. De acordo com as conclusões deDavid Meyer, tentar concluir duas ou mais tarefas simultaneamente, pode consumir 50% mais tempo, dependendo da complexidade."Se você quer ser um líder e empreendedor criativo, deveria reservar muito mais tempo para pensar", diz ele. Einstein não estava no modo multitarefa enquanto idealizava as teorias da relatividade restrita. **S**

HÁ TRÊS FATORES QUE DEVEMOS OBSERVAR: RISCO-BRASIL, INFLAÇÃO E TAXA DE DESEMPREGO. OS TRÊS CAÍRAM. A INFLAÇÃO ESTÁ ABAIXO DE 4%. NÃO HÁ RAZÃO PARA O ATUAL PATAMAR DA SELIC

GERALDO ALCKMIN,
vice-presidente da República

+4,4%

Foi o aumento da massa salarial da indústria da transformação nos cinco primeiros meses de 2024, na comparação anual, diz a CNI. O faturamento (+1,2%), as horas trabalhadas (+2,6%), o emprego (+1,5%), e o rendimento médio real (+2,9%) acompanham o bom resultado.

R$

1 trilhão Foi o saldo das aplicações na caderneta de poupança, informou o Banco Central. Em junho, houve quase R$ 13 bilhões a mais de entradas do que de saídas. Em termos de valores totais, foram aplicados mais de R$ 348 bilhões e sacados R$335 bilhões. A manutenção da Selic em alta tem relação com a manutenção dos valores em conta.

US$

2 trilhões Será o valor investido no mundo em energia limpa e renovável neste ano, segundo a Agência Internacional de Energia. Pela primeira vez na história, o montante destinado a ativos verdes vai superar os aportados em combustíveis fósseis, que devem receber US$ 1 trilhão em 2024.

–27%

Foi a queda na entrega de jatos comerciais da Boeing em junho, na comparação anual, reportou a empresa. Apesar do resultado, que segundo a companhia reflete problemas na cadeia de produção, o sexto mês de 2024 foi o melhor até agora. A empresa prometeu expandir a produção até o final do ano, e reverter a situação atual.

A Binance, maior corretora de criptomoedas do mundo, anunciou a remoção de quatro projetos de sua plataforma na última segunda-feira (8). Como consequência, as moedas afetadas operam em forte baixa devido à futura perda de volume e liquidez. Os projetos a serem removidos são Polkastarter (POLS), Mdex (MDX), BarnBridge (BOND) e Dock (DOCK). A data prevista para a remoção definitiva dos ativos será no dia 22 de julho. Em nota, a Binance afirmou que a revisão dos ativos listados é constante e estão suscetíveis a serem retirados quando não atendem aos parâmetros de credibilidade, lastro e segurança para os clientes.

 | FOTO: FLICKERE/ CADU GOMES/VPR

VEM AÍ A PRÓXIMA JANELA DE IPOS. E TEM MUITA GENTE NA FILA

NORBERTO ZAIET
É ECONOMISTA, EX-CEO DO BANCO PINE E FUNDADOR DA PICEA VALUE INVESTORS, EM NOVA YORK

O mercado de renda fixa americano espera que, na sua próxima reunião, o Federal Reserve (Fed) indique estar preparado para começar o ciclo de cortes de juros a partir de setembro. Caso esse cenário se materialize, ele indicará a abertura de uma janela importante para o mercado de IPOs.

O mercado vem subindo, desde o ano passado, estimulado por tudo o que é ligado à Inteligência Artificial (IA). Apesar de ser um movimento justificado por lucros, boa parte dos analistas – inclusive este que vos escreve – segue incomodada com o fato de que a valorização de mais de 20% no índice da Nasdaq e acima de 16% no S&P 500 no ano, até agora, está de maneira exageradamente concentrada em poucos nomes, dos quais o maior expoente é a Nvidia. Se o universo da Inteligência Artificial continuar sendo o grande motor que impulsiona a Bolsa, o mercado precisa de novos nomes. E não há falta deles no mercado pré-IPO.

> **"Caso o Fed comece o ciclo de cortes de juros em setembro, ele indicará uma abertura importante. O mercado vem subindo estimulado por tudo o que é ligado à IA"**

Sem sombra de dúvida, os papéis da OpenAI – a criadora do famoso ChatGPT e que tem na sua base de acionistas a Microsoft – têm grande atividade no mercado de pré-IPO. Além dela, entre os papéis mais negociados existem empresas como a Databricks, que é uma desenvolvedora de plataformas para que outras empresas construam modelos para escalar e administrar grandes quantidades de dados, inclusive IA generativa.

Há ainda outros nomes: a ThoughtSpot se dedica ao desenvolvimento de plataformas para análise de dados complexos e em larga escala; a Dataminr desenvolve uma plataforma de IA que descobre (ou minera) informações relevantes em uma massa enorme de dados públicos, ou seja, se propõe a achar a agulha no meio do palheiro cada vez maior de informações disponíveis; a Cerebras Systems desenvolve chips de computador para a aceleração de IA; a Scale AI desenvolve uma plataforma que ajuda no treinamento e validação de modelos de IA; a xAI (de Elon Musk), que se autodefine como desenvolvedora de uma plataforma de Inteligência Artificial destinada a "acelerar a descoberta científica humana"; e assim por diante. A lista é enorme, e quem se lembra da segunda metade dos anos 90 sabe que o mercado, quando está empolgado com um tema, tende a empurrar para cima nomes que, mesmo queimando caixa e sem gerar lucro, se encaixam na história do momento.

Há também, afortunadamente, nomes não relacionados a IA. Alguns ainda navegam no universo dos criptoativos, como Chainanalysis e Kraken, e muitos ainda exploram o setor de meios de pagamento. Um dos papéis mais negociados é mais uma criação de Elon Musk que deu certo: a SpaceX. Há também ações de empresas que se dedicam a atacar problemas mais mundanos: a Flexport desenvolveu uma plataforma de cadeia de suprimentos que coordena a logística global de uma empresa, do chão de fábrica até o consumidor final; a Attentive criou um sistema de mensagens que ajuda marcas e negócios a interagirem de maneira mais eficiente com seus clientes; a Epic Games, popular companhia de jogos eletrônicos; a Navan, que gerencia todo o processo de viagens corporativas de empresas; e muito mais.

O tema IA, no momento, segue concentrado no CAPEX necessário para que essa tecnologia seja aplicada. A próxima onda, provavelmente, vai focar em quem utiliza ou ajuda outras empresas a usar melhor a tecnologia. A sinalização pelo Fed de *mission accomplished*, ou seja, de que a batalha principal contra a inflação foi vencida, deverá ser o estopim para que os bancos de investimento comecem a nos bombardear com essas "novas" histórias. ■

ARTIGO

POR **BETO SILVA***

SOBE A POPULARIDADE DE LULA. E A REDUFLAÇÃO TAMBÉM

PT comemora aumento no consumo das famílias e avanço no índice de popularidade do presidente da República. Sobre a inflação maquiada, silêncio!

O PT tem bradado aos quatro cantos o aumento de 7,8% no consumo das famílias brasileiras no supermercado nos últimos 12 meses. O percentual foi revelado no início do mês pelo estudo Consumer Insights Q1 2024, da consultoria britânica Kantar. Para o Partido dos Trabalhadores, esse resultado deve-se ao que chama de "efeito Lula", que mantém a inflação sob controle com emprego e renda em alta. Com isso, "a economia voltou a girar", comemora a agremiação partidária. O próprio Lula tem exaltado esse momento. Na rede social X, o presidente da República postou: "O Brasil melhorando no rumo certo". Botar o ovo e cacarejar faz parte do jogo político. A claque a favor, bate palmas. A contra, corre atrás de argumentos contrários para rebater o alarde positivo. No meio disso tudo, algumas considerações devem ser analisadas com lupa. Vejamos.

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), considerado a inflação oficial do País e divulgado na quarta-feira (10) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostra que os preços subiram 0,21% em junho. O resultado representa uma desaceleração em relação a maio, que fechou com alta de 0,46%. A inflação acumulada é de 4,23% em 12 meses. Em 2024, a alta é de 2,48%. E adivinhe qual grupo – mais uma vez! – figura entre os de maiores impacto no aumento de preços em junho? Justamente em Alimentação e Bebidas, com alta de 0,44%. A batata inglesa aumentou 14,49%. O leite longa vida, 7,43%. O café moído, 3%. O arroz, 2,25%. Aumentou o consumo das famílias, como o PT celebrou, mas elas pagaram mais caro pelos produtos, como o PT não festejou.

E tem outro componente nesse balaio que não entra no cálculo direto da inflação, muito menos nas divulgações petistas: a reduflação. É um apelido bonitinho – ou nem tanto – usado como sinônimo de "inflação maquiada". É a redução do peso ou encolhimento dos produtos, sem diminuir os preços. Não é algo novo no Brasil, admitamos. É uma artimanha utilizada pela indústria para driblar a alta dos preços e manter o consumidor ativo. Ocorre quando a alta dos preços está em voga.

Dessa forma, as pessoas continuam enchendo o carrinho — quando conseguem —, sem perceber aumento no valor das compras. Mas, a percepção vem de outra forma. As compras não chegam mais ao fim do mês. Os produtos acabam antes. E o retorno ao mercado fica mais constante. Para exemplificar a reduflação, existem algumas situações icônicas. O sabão em pó que tradicionalmente era vendido em embalagens de 1 quilo e 500 gramas, agora é encontrado em 900 gramas e 400 gramas. Os azeites que eram de 500 mililitros, agora têm 450 mililitros. Embalagem de uma famosa massa fina de pizza rápida, que continha 10 unidades, agora vem com nove. Alguns pacotes de itens que vinham com 12 unidades agora são vendidas com 10. É o famoso "meia-dúzia de 10". Até caixas de fósforos, que vinham com 240 palitos, são vendidas com 40 a menos. Uma embalagem de pão de queijo congelado passou de 45 gramas para 41 gramas. Parece pouco? Então faça a conta: 8,89% de redução.

E tem outros casos emblemáticos. Um produto que tem cara de manteiga, tem embalagem de manteiga, mas não é manteiga. É uma mistura vendida como se fosse manteiga. Essas alterações, em tamanhos e fórmulas, são justificadas pelas companhias como "estratégia de negócio", "acompanhamento de tendências de consumo", "adequação a inovações", "aumento de opções no portfólio". Elegantes expressões para uma gougre tática de mercado. Nada disso é ilegal, ressaltemos. E o movimento não vai desaparecer tão cedo. Nem mesmo com redução mais incisiva da inflação. Resta ao consumidor ficar atento.

Enquanto isso, o PT e o presidente Lula seguem com a narrativa de contribuição ao bom momento econômico, com críticas à política de juros do Banco Central e ao mercado financeiro. A mensagem é de defesa dos pobres, contra os ricos. Tem surtido resultado. Segundo pesquisa Quaest divulgada quarta-feira (10), o trabalho do petista à frente do Palácio do Planalto é aprovado por 54% dos eleitores. Em maio eram 50%. O desempenho do presidente entre os que ganham até dois salários mínimos é o melhor em um ano: 69% o aprovam. O índice das pessoas que consideram a gestão ótima ou boa cresceu de 33% para 36%. A avaliação negativa caiu de 33% para 30%. Sobe a popularidade de Lula. O PT cacareja. A reduflação também aumenta. Silêncio... Os consumidores estão no mercado fazendo compras. Não os incomode.

BETO SILVA é jornalista, editor de Negócios da* ***ISTOÉ DINHEIRO*